



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE ARTES
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO DE INTERFAZ GRÁFICA DE UNA
APLICACIÓN MÓVIL PARA EL IMPULSO DE EVENTOS
EN LA CIUDAD.**

Autor:

Bryam Ricardo García Narea
0105818512

Director:

Mst. Ernesto Antonio Santos León
0103895793

Proyecto de titulación previo a la obtención del título de
Diseñador Gráfico

Cuenca - Ecuador
2018





Resumen

Un gran número de promotores y gestores culturales y artísticos, al momento de organizar un evento, tienden a frustrarse de manera temprana cuando su evento no tiene la acogida deseada, aunque se haya manejado la publicidad de la mejor manera. El desconocer sobre las fiestas rurales hace que estas vayan desapareciendo por la falta de publicidad en sus eventos.

Por otra parte, las personas en las actuales redes sociales están cerradas en círculos sociales, por lo que el alcance de un evento no es tan masivo. Por ello, con esta plataforma digital crearemos un nuevo espacio para publicitar los eventos de la ciudad, en donde la experiencia del usuario con el diseño gráfico harán mucho énfasis para que las personas encuentren eventos, además de conocer eventos de su interés, dejando al lado la vaga excusa del no saber dónde encontrarlos al momento de salir.

Palabras Clave: Diseño de Interfaz | Experiencia de Usuario | Branding | Eventos | App



Abstract

A large number of people tend to have an early frustration in the artistic area when performing an event does not exist the desired reception, although the advertising of the event has been handled in the best way. Similarly, rural festivals, rich in cultural traditions are disappearing because of the lack of publicity in their events.

People in today's social networks are closed in social circles, so the scope of an event is not so massive. Therefore, with this digital platform we will create a new space to publicize the events of the city, where the user experience with graphic design will make much emphasis for people to find events, as well as to know events of their interest, leaving aside The vague excuse of not knowing where to find them when they leave.

Keywords: Interface design | User experience | Branding | Events | App

02 Resumen

03 Abstract

04 Índice

05 Clausulas

07 Agradecimientos

08 Introducción

10 Interacción - Usuario

La información en nuestra mente Exceso de Información
Una mala experiencia del usuario La Usabilidad Diseño In-
teractivo Micro-Interacciones Test de Usabilidad

20 Ayudándonos con la tecnología

La web Sistemas operativos Software Tipos de
aplicaciones Monetización

25 Diseño y Comunicación

Diseño de interfaz Branding Logotipo y pantalla
inicial Tipografía Color Iconos Frameworks
Prototipos

31 Análisis de homólogos

Homólogos Directos Eventbrite App Vunee App Bandsintown App
Homólogos Indirectos Snapchat App

51 Plan de Negocios

Producto Precio Plaza Promoción

37 Investigación de Campo

Desarrollo de eventos en una ciudad Eventos en la red
social Facebook Lugares de desarrollo de eventos

52 Diseño de la Información

Arquitectura de la Información Diseño de Interfaz
Diseño de la Navegación

43 Target

Persona design Escenarios de uso

67 Diseño Visual

Naming Branding Cromática Diseño de Iconos
Diseño Final Prototipo

47 Partidos de Diseño

Forma Función Tecnología

80 Conclusiones y
Recomendaciones

82 Bibliografía

83 Anexos



Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

*Bryam Ricardo Garcia Narea en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “**Diseño de interfaz grafica de una aplicación móvil para el impulso de eventos en la ciudad**”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.*

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 23 de Enero del 2018




Bryam R. Garcia N.
CI 0105818512



Cláusula de Propiedad Intelectual

*Bryam Ricardo Garcia Narea, autor/a del trabajo de titulación “**Diseño de interfaz grafica de una aplicación móvil para el impulso de eventos en la ciudad**”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.*

Cuenca, 23 de Enero del 2018



 Bryam R. Garcia N.
 CI 0105818512



Agradecimiento

Me faltan las palabras para expresar un rotundo agradecimiento a mis dos amigos, maestros y ejemplos que con sus sabias enseñanzas hoy ven el buen trabajo que han llegado a hacer. Mis Padres, tan solo soy fruto de su inteligencia, guiada por un sinnúmero de conceptos y consejos de excelentes maestros que tuve durante el transcurso de la carrera a los cuales agradezco mucho por su tiempo brindado.

Todavía queda mucho camino y metas por lograr, gracias a todos!



Introducción

¡Ya no tendrás excusas para quedarte en casa!

Este proyecto se trata del diseño de la interfaz gráfica para una plataforma digital, en la cual el usuario podrá encontrar eventos que estén sucediendo en ese momento e incluso aquellos planeados a futuro; desarrollando una forma distinta de mostrar contenido de una manera rápida y eficaz, ayudándonos procesos de diseño centrado en el usuario.

Muchas de las plataformas actuales que brindan el mismo servicio carecen de un estudio de diseño de interfaz, lo que ha hecho que las personas no se sientan conformes con ninguna de todas estas y finalmente terminen dejándolas de usar; por otra parte con el desarrollo de los medios digitales las plataformas tradicionales como las carteleras o afiches de eventos se han tornado obsoletos en cuanto a su función principal, a pesar de lo cual se siguen utilizando ya que no existen otras alternativas más eficientes de difusión a bajo coste.

El desarrollo de una interfaz eficaz y agradable pensada en el usuario hará que las personas se sientan cómodas al momento de buscar información, haciendo que la aplicación cumpla su función principal y a la vez que ayuda al impulso de eventos artísticos y culturales que por la falta de presupuesto no tienen la acogida que sus organizadores esperan tener.

¿Has olvidado lo que iba a pasar esta noche?

El presente proyecto trata de resolver esta y muchas más problemáticas asociadas a la experiencia del usuario con la aplicación, lo cual es de gran importancia para aquellos usuarios que esperan encontrar un lugar a donde salir y divertirse.

Objetivo General:

Diseñar una interfaz gráfica para una aplicación móvil a través del análisis del comportamiento del usuario y sus necesidades, para encontrar o impulsar todo tipo de actividades desarrolladas en una ciudad, brindando una mejor experiencia al usuario al momento de buscar eventos según su interés.

Objetivo Específico:

-Recopilar información sobre los tipos de eventos y desarrollar un estudio de mercado para llegar a determinar las necesidades y falencias actuales en la ciudad.

-Analizar el proceso para la construcción de una interfaz móvil pensada en el usuario para conseguir una mejor experiencia.

-Desarrollar un prototipo de la interfaz gráfica para una plataforma digital de impulso de eventos.

CAPITULO I

Aprendiendo de grandes sabios

1.1

La Interacción y el Usuario

“Si lo recordáramos todo, estaríamos tan enfermos como si no recordáramos nada”
William James

1.1.1 La información en nuestra mente

Desde la aparición del primer ordenador y los primeros modelos de teléfonos móviles, la sociedad ha venido presentando una variedad de cambios en torno al acceso a la información, (Castells, 1996).

Actualmente vivimos en una era en donde la información está a nuestro alcance en segundos por medio de la Internet, pero esto ha generado un problema que ha sido parte fundamental para el planteamiento de la problemática de este proyecto, ya que la información que ingresa en nuestro cerebro es almacenada en diversos tipos de memorias, como nos lo explica la teoría de multi-almacenamiento de información de Atkinson & Shiffrin, 1968; pero en el presente proyecto únicamente nos centraremos en las memorias a corto y largo plazo, las cuales estarán presentes en nuestros análisis de la experiencia de usuario frente a una interfaz gráfica.

De toda la información que nuestra mente ha recibido durante el día, gran parte se almacena en nuestra memoria a corto plazo ya que esta información que en un corto periodo de tiempo terminamos desechándola; pero cuando la información tiene relevancia en nuestra vida puede ser almacenada en nuestra memoria a largo plazo, o sea la memoria que guarda inconscientemente información de forma permanente.

Otro factor que ayuda a prolongar la información en nuestra mente son las repeticiones, aquí es en donde entra la publicidad, ya que se busca distintas formas para hacer que el usuario guarde información del producto de forma permanente, de lo contrario esta información será eliminada y reemplazada por otra.

Entonces, ¿Qué sucede con los eventos que no tienen grandes presupuestos para publicidad y por ende no logran tener un gran alcance de visibilidad y recordación en las personas?

Exceso de información

Redes Sociales

Una persona, por normas de convivencia, estará dentro de un círculo social y hará uso de redes sociales para comunicarse; espacio digital es usado para el impulso de eventos a pequeña y gran escala, el problema ocurre cuando el usuario está sometido a una gran cantidad de información en un corto periodo de tiempo, en el cual la persona busca tan solo comunicarse con más usuarios, causando que la información sobre eventos pase desapercibida o sea reemplazada por otra más relevante.

“El olvido, como función mental normal, es necesario, ya que si recordáramos todos los acontecimientos que hemos tenido, todo lo realizado, la vida sería imposible. En condiciones normales, olvidamos selectivamente. Los recuerdos, están jerarquizados por nuestro cerebro según su contenido, su interés para nosotros, sus aspectos emocionales, etc. Olvidamos unas cosas antes que otras, con detalles más o menos abundantes, según las circunstancias, su utilidad o su oportunidad. Lo mismo que el uso, la reiteración de estímulos o de acontecimientos sirven para mantenerlos vivos. Por el contrario el paso del tiempo, sin re-activación de recuerdos, facilita su olvido.” (Segovia, pág. 646, 2003)

En nuestras redes sociales, principalmente en Facebook, ya que es la red más usada en la actualidad con 1.590 millones de usuarios en 2016, tenemos una sobre carga de información que hace al usuario difícil de identificar la información que realmente le interesa entre la gran cantidad de declaraciones y actividades de los demás mostrada en el suministro de noticias, generando en los usuarios una angustia emocional y la insatisfacción, llegando a ser menos atentos y disminuyendo sus actividades en la red.¹

Determinando la problemática que se nos presenta en las redes sociales tenemos que analizar los momentos en los que una persona necesita información sobre eventos, evitando el uso de información en abundancia en la plataforma.

Papelógrafo y Afiches

El problema de exceso de información también se ve reflejado en las carteleras o espacios tradicionales ubicados en diferentes partes de una ciudad en donde se promocionan eventos, aquí encontraremos una gran cantidad de información de todo tipo, lo cual ha hecho que las personas cada vez presten menos atención a ellas y busquen otros medios más específicos.

Entender esta problemática nos ayudará a resolver de mejor manera nuestro proyecto, manejando de mejor manera la excesiva información que existe en los medios de difusión tradicionales, abriendo paso a nuevos métodos de difusión más específicos y organizados.

¹ Tomado de https://www.researchgate.net/publication/220892528_%27STOP_SPAMMING_ME%27_-_Exploring_information_overload_on_Facebook

Imagen: Papelógrafo de la ciudad de Cuenca. Autor





Aplicaciones y Websites

En la actualidad existen plataformas digitales específicas para la difusión de eventos con pequeñas y grandes coberturas. Aquí fácilmente podemos encontrar falencias en su diseño de interfaz, generando un exceso de información tal y como en otras plataformas mencionadas anteriormente, lo cual hace que los usuarios no las perciban de mucha utilidad y dejen de usarlas al poco tiempo.

El realizar un análisis de homólogos nos ayudará a conocer cuáles son las plataformas más prometedoras en el mercado actual, analizando detenidamente sus virtudes y falencias en diseño, con la finalidad de entender por qué optaron por esas decisiones de diseño, lo cual nos acercará más a una mejor resolución para nuestro proyecto.

1.1.2 Una mala experiencia del usuario

Alguna vez en nuestras vidas nos hemos ofuscado al usar algo o en otros casos tan solo los hemos dejado de lado al no entenderlo, siendo esta una falencia de muchas de las aplicaciones que llevan grandes estudios de mercado o de diseño de interfaz ya que descuidan al usuario y terminan desarrollando softwares con estéticas impresionantes pero cuando los usuarios comienzan a usarlas se sienten ineptos y no vuelven a usar el producto.

“Analizando la experiencia del usuario desde una perspectiva más general podemos determinar que tenemos una relación de doble filo con los productos y servicios que utilizamos. Nos alegran y nos frustran; simplifican y complican nuestra vida; que nos separan y nos acercan.” (Garrett, pág.: 3, 2011)

En estos tiempos el desarrollo de productos no tiene que ser solo funcional, sino que tiene que conectarse con el usuario, haciendo que este prefiera el producto por encima de la competencia.

Según Cuello (2013), nos relata que cada sistema operativo tiene su identidad, pero todos estos terminan compartiendo sus conceptos fundamentales, lo cuales hay que tener presentes al momento de pensar en la experiencia de usuario dentro de nuestro proyecto:

Simplicidad: Descartar todos los elementos innecesarios del diseño harán que el usuario no se sienta abrumado por mucha información.

Consistencia: Es la relación que tiene la aplicación con el resto del sistema operativo, respetando los conocimientos y costumbres del usuario.

Navegación Intuitiva: Es el desarrollo de un orden exacto de los contenidos y elementos para así evitar una desorientación en el usuario, ocasionando una navegación confusa.

Comprender la experiencia de usuario es adentrarse en como el usuario se siente, como piensa o como responde ante una marca o aplicación, se trata de cómo la propuesta es percibida por los usuarios finales. ¿Fue un camino fácil y rápido? ¿Tenían suficiente información en cada paso? Etcétera. Siendo un término amplio que se puede aplicar al diseño de servicios y productos de software, (Enough Software, pág.: 29, 2016).

Se entiende que la experiencia del usuario no es una etapa más del desarrollo de un producto sino la completa comprensión de su entorno, lo cual ayudará a determinar sus hábitos, contexto y situaciones de uso que realizan ante las aplicaciones.

La Usabilidad

Entender lo que significa este concepto hará de nuestro diseño una verdadera experiencia, ya que la usabilidad es la disciplina que estudia la facilidad de uso que tiene un sistema o producto digital ante los usuarios facilitando el cumplimiento de tareas de una manera cómoda, rápida y eficaz.

Como nos menciona Cooper, tenemos que comprender que tan fácil de usar es el producto que vayamos a diseñar, teniendo en cuenta varios parámetros como la organización, la eficiencia y lo intuitivo que es el producto para llegar a completar una tarea dentro de todo el sistema del producto, “así es como nos aseguramos de que todos los aspectos del producto que estamos diseñando tienen un propósito claro que se puede remontar de nuevo a un escenario de uso u objetivo de negocio.”(Cooper, 2014, pág. 122)

Terminando con la simplificación del concepto de nuestro producto a su punto más simple para así llegar a desarrollar una interfaz con un nivel de usabilidad alto en donde el usuario no se sienta frustrado en ningún momento.

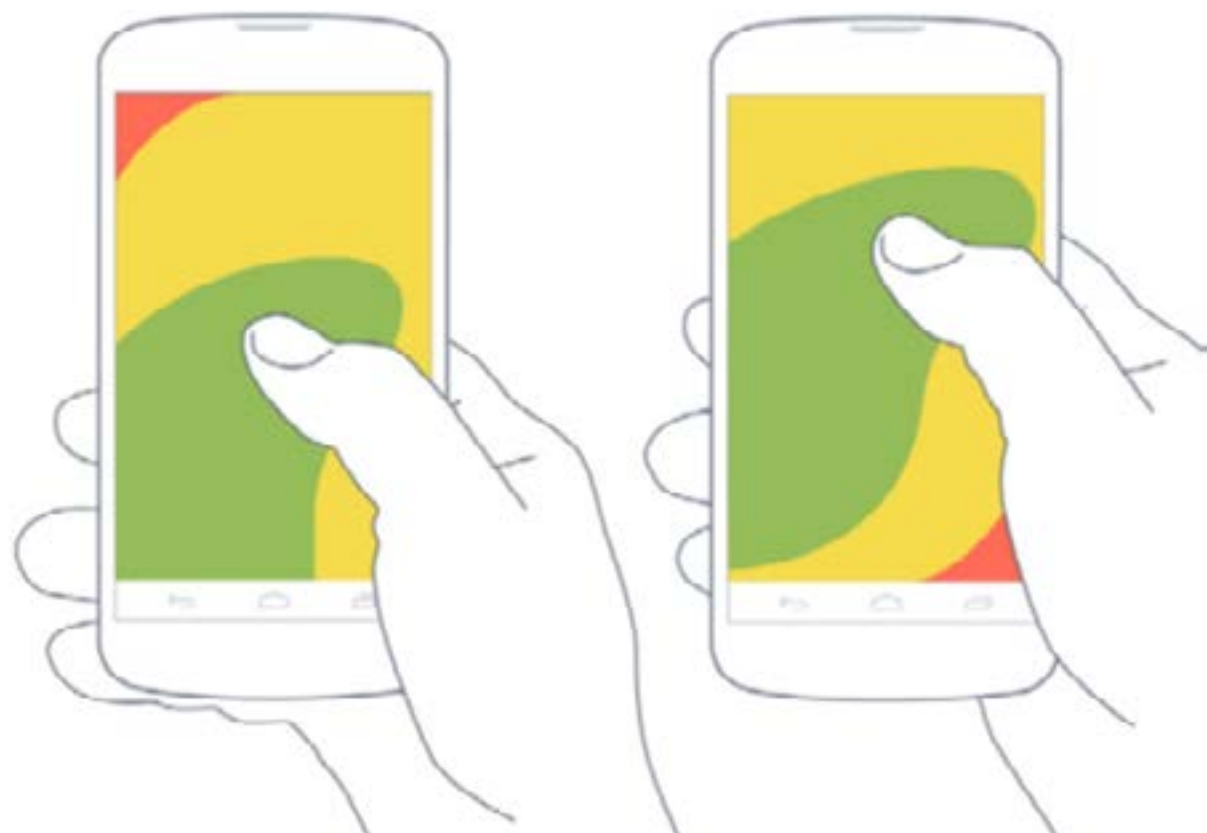


Imagen: Áreas de fácil acceso para el dedo pulgar
Imagen tomada del libro Cuello, J & Vittone, J. (2013). Diseñando apps para móviles. España.

Persona Design

Este concepto es dado a una herramienta de mucha utilidad en el diseño de interacción, la cual nos ayuda a definir modelos o arquetipos concretos de usuarios para los cuales se va a diseñar, teniendo en cuenta sus necesidades y objetivos.²

Sirviéndonos de los resultados de la investigación de campo podremos comenzar a desarrollar esta Persona Design eliminando hipótesis generadas abiertamente y comenzando a determinar patrones de comportamiento y formas de pensar en grupos focales más específicos de nuestro público objetivo, pero para que esta herramienta tenga utilidad real no se deberían plantear a la vez más de 3 persona.

Para la realización también se puede efectuar una representación visual con rostro, nombre, historia, ambiciones y objetivos partiendo de los datos obtenidos.

² Tomado de Cuello, J & Vittone, J. (2013). Diseñando apps para móviles. España. Ed. Catalina Duque Giraldo.



Viaje del Usuario

Al determinar modelos de usuario específicos con la persona design, tendremos que saber cómo estos se comportan y sienten cuando tienen un objetivo en mente dentro de un contexto de uso determinado.

Aquí es en donde debemos tener en cuenta el concepto del Viaje de Usuario o User Journey, esta es una forma de contar visualmente y de principio a fin el proceso que lleva a cabo un usuario desde que tiene una necesidad hasta que la satisface, en este caso será mediante el uso de nuestra aplicación.

En este proceso se puede visualizar el objetivo gráficamente de una forma lineal, separando las etapas entre si y detectando en ellas las emociones del usuario, pero también las dificultades que encuentra en cada paso y las acciones concretas que realiza para seguir adelante. De esta manera se puede detectar en que puntos debe enfocarse el diseño para resolver problemas de interacción y lograr de esta manera una app más intuitiva con las necesidades del usuario.

El viaje de usuario también nos sirve para reajustar la organización de la información y la definición de las funciones, sin pensar en una estructura rígida o jerárquica.



Diseño interactivo

Encariñar al usuario con la aplicación no es tarea fácil si no pensamos en la interacción del usuario con la plataforma, por ejemplo ciertos aspectos tan pequeños como el cambio de color al hacer clic sobre un botón hacen que el usuario sepa que si realizó la acción y no quede con una duda, por ese el diseño interactivo es muy importante durante la realización de la interfaz.

El diseñador no debe pensar en una simple dicotomía entre errores y comportamiento correcto; por el contrario, debe tratarse toda la interacción como una actividad cooperativa entre la persona y la máquina, una actividad en la cual pueden surgir malentendidos por ambas partes. (Norman, 1988, pág.: 175)



La interacción

Cuando hayamos desarrollado nuestro primer prototipo, veremos como el usuario interactúa con nuestra aplicación, mostrándonos los primeros errores y su comportamiento ante el diseño.

D.A. Norman describió en 1986 las etapas en que se divide el proceso de interacción:

- El usuario determina la **intención** de alcanzar un objetivo.
- El usuario convierte esta intención en una **acción** que ejecuta efectivamente (por ejemplo, pulsar una tecla o hacer clic sobre una opción de la interfaz).
- La acción produce una serie de cambios en el sistema del ordenador, que el usuario **percibe** o **interpreta**.
- El usuario **evalúa** si estos cambios son favorables para la consecución del objetivo propuesto.

Antes de diseñar debemos tener en cuenta la manera de uso del dispositivo, en este caso sería la



Imagen: Etapas del proceso de interacción
Imagen tomada del libro Monjo, T. (2011).
Diseño de interfaces multimedia. España.
Ed. Eureka Media.

forma en la que se sostiene un celular, siendo lo más habitual el sostener el teléfono con una sola mano otorgando al dedo pulgar la libertad de realizar las interacciones con la aplicación, por tal motivo es necesario condicionar la ubicación de los distintos elementos en la pantalla de tal manera que permita una navegación sencilla y rápida.

La ley del pulgar se refiere a la superficie de la pantalla a la que el dedo pulgar tiene acceso sin complicaciones y nos da libertad para organizar los elementos en la interfaz; por ende los botones que más se usan se deben ubicar en la parte inferior de la pantalla y así puedan ser alcanzados con facilidad, mientras que los botones que no deben tocarse por error deben ubicarse en la parte superior. Además es necesario tener en cuenta que los dispositivos con pantalla mayor a 4" por lo general se utilizan con ambas manos, la una sujetando el teléfono y la otra con el dedo índice realiza la interacción más mayor facilidad y precisión.³

³ Fuente: Tomado del Libro Enough Software GmbH. (2016). Don't Panic "Mobile developer's guide to the galaxy", 16th edition. Stavendamm, Germany.

Gestos

Debemos saber cómo interactúa el usuario con nuestro producto, por ello tenemos que entender cómo funcionan los gestos en los dispositivos móviles.

Tocar es el input principal de los teléfonos móviles modernos, (Cuello, pág.: 114, 2013); todo queda en manos del usuario que manipula los elementos directamente en la pantalla.

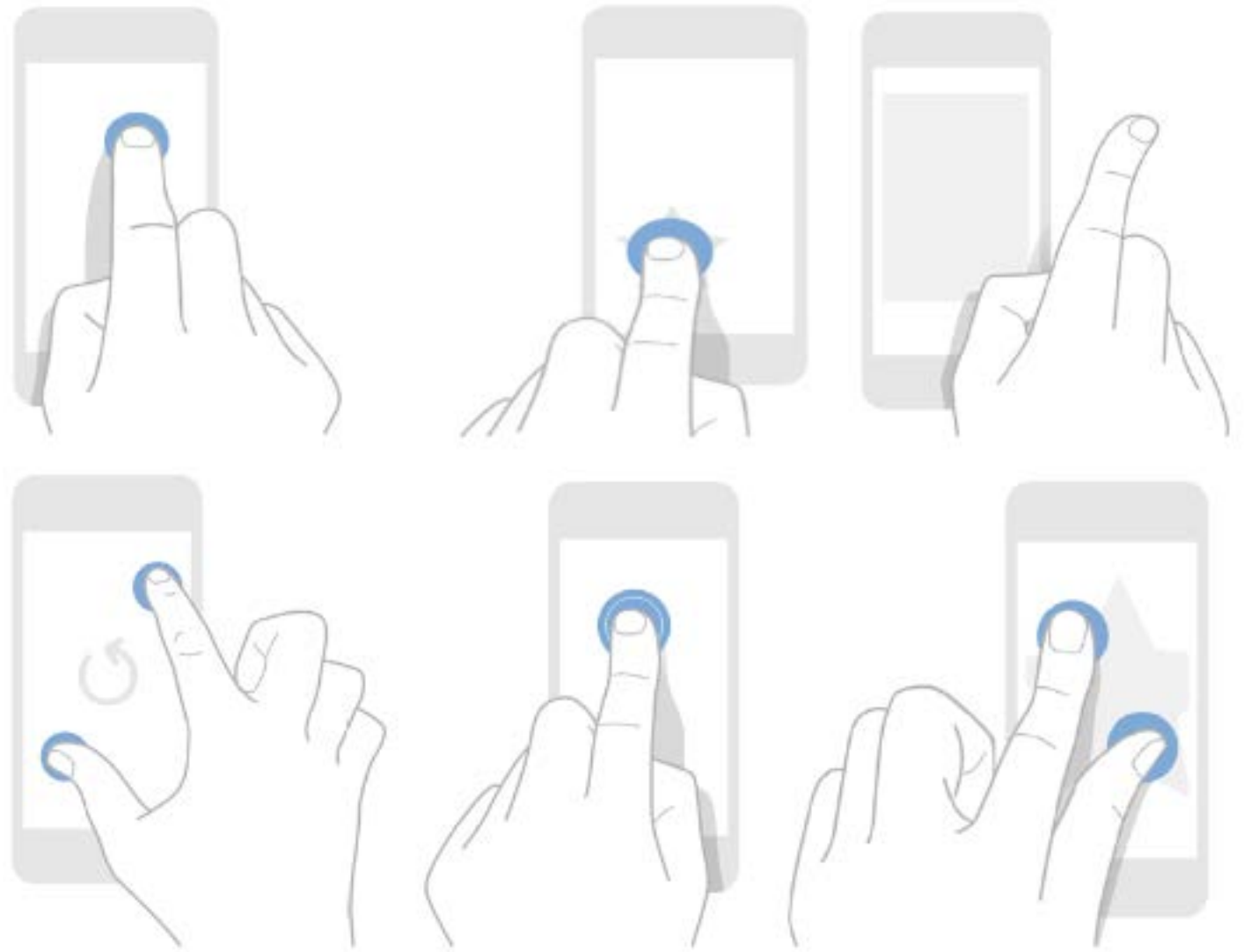


Imagen: Tipos de Gestos
Imagen tomada del libro Cuello, J & Vittone, J. (2013). Diseñando apps para móviles. España.

Tocar: Selecciona la acción primaria, tocando la superficie de la pantalla

Arrastrar: Mantiene presionado su dedo, cambiando de posición en la pantalla. Se utiliza para archivar o borrar elementos.

Deslizar: Desliza rápidamente y sin detener el dedo por la pantalla, esta acción es utilizada para cambiar contenido hacia atrás y hacia adelante.

Mantener pulsado: Mantiene su dedo sobre la pantalla por un tiempo prolongado sin moverlo. Se realiza para editar elementos o mostrar un tooltip (descripción emergente).

Doble toque: Toca la pantalla dos veces continuamente. Generalmente se utiliza para alejar o acercar contenido.

Juntar y Separar: Toca la pantalla con dos dedos acercándolos o alejándolos. Sirve para aumentar o reducir el zoom.

Girar: Toca la pantalla con dos dedos acercándolos o alejándolos mientras gira la muñeca.

Cada sistema operativo tiene una gran variedad de gestos específicos, pero cuando se aplican gestos muy complejos las personas llegan a confundirse, por ello el uso de gestos más usados hace de la experiencia algo predecible y familiar.



Imagen: Ejemplos de microinteracción de botón menú. Autor



Micro-interacciones

Desarrollar una aplicación móvil puede llegar a ser tan sencillo y difícil a la vez, esto es debido a las Micro-interacciones, estas son el ingrediente secreto cuando se trata de crear una aplicación adictiva; estos momentos mantienen a los usuarios comprometidos, crean placer inesperado y son casi invisibles para todos, menos para el diseñador, (Uxpin, pág.:82, 2016).

De acuerdo a su función o a la forma de utilizarlas, las animaciones pueden servir para diferentes cosas:

Como feedback: Para confirmar una acción realizada por el usuario mediante la animación de un botón, icono o gráfico de la interfaz.

Como transiciones: Cuando el usuario acceda a otra pantalla esta estará animada mostrando un mejor flujo entre las pantallas de la aplicación.

Como herramientas informativas: Ayudarnos de estas micro-interacciones para ayudar a los usuarios que están usando la aplicación por primera vez, destacando contenido que estaría vinculado con la usabilidad de la interfaz o también podrían usarse para destacar funciones nuevas que tal vez no existían en versiones antiguas de la aplicación.

Puro «caramelo visual»: Por último, el hacer uso de esta herramienta para encariñar a nuestro usuario, el mismo que tal vez no se dé cuenta de estos pequeños detalles, pero que le hacen sentir bien al usarlos.



Test de Usabilidad

Tras terminar de diseñar la aplicación, necesitamos comprobar si todo lo que hemos desarrollado cumple con los objetivos y le resulta fácil al usuario usarla; para ello se deben realizar pruebas para observar el comportamiento, corregir y mejorar aspectos de usabilidad.⁴

Sin confundir un test con un focus group, se debe recolectar opiniones sobre el diseño más no sobre la funcionalidad de la aplicación, podemos pasar a ver los siguientes métodos para recolección de datos, (Cuello, pág.: 166 – 172, 2013):

-**Test en móviles:** Se realiza en el móvil durante una etapa temprana de diseño y desarrollo, ejecutarla en habitaciones cerradas no sería el mejor escenario ya que siempre se debe simular lo más posible la situación en la cual la aplicación será usada y con sus condiciones reales.

-**Test Guerrilla:** Esta alternativa ágil y económica que consiste en reunir a una cantidad de usuarios para probar la aplicación, luego se observa su comportamiento y se obtiene la información de la aplicación.

-**Dogfooding (Comer de tu propia comida):** Una forma más rápida de obtener información es hacer probar a personas cercanas tu aplicación, pero los resultados no llegan a ser tan precisos.

-**Test de los cinco segundos:** El mostrar a una persona el producto por solo 5 segundos y después preguntarle qué es lo que recuerda puede reflejarnos fallas en el diseño.

4 Fuente: Eslinger, T. (2014). Mobile Magic. New Jersey. Ed. Wiley.



1.2

Ayudándonos con la tecnología

“El diseño no es sólo como se ve y como se siente. El diseño es cómo funciona.”
Steve Jobs

Investigar el campo tecnológico es de gran importancia para el desarrollo de una aplicación ya que podrían existir inconvenientes en la etapa de desarrollo del producto, ya sea porque podríamos estar diseñando objetos para los que su tecnología aun este en desarrollo o tal vez no existe en el medio. Por ello se vio la necesidad de hacer un espacio para este campo e investigar algunas herramientas que nos ayudarán a desarrollar nuestro producto de la mejor manera.

1.2.1 La Web

En una constante evolución, la web ha cambiado totalmente desde su aparición, pasando por etapas y ajustándose a las necesidades de los usuarios, como lo vemos a continuación:

La web 1.0 tuvo su inicio en la década de los 60´s junto con la Internet; en aquella época existía una web únicamente de lectura, en donde el usuario no podía interactuar con el contenido ni existía un feedback de información.

La web 2.0 definida por Tim O´Reilly en 2004 corresponde a la segunda generación de la web, se caracterizaba por basarse en comunidades de usuarios, generándose las redes sociales y los blogs en donde se fomenta la colaboración y el intercambio de información entre los usuarios; es en esta etapa donde la interacción comienza a tener cabida, brindando la posibilidad de que el mismo usuario pueda subir su propia información.

Imagen: Diferencias de las etapas de la web. Autor





La web 3.0 apareció como concepto en año 2006 en un artículo de Jeffrey Zeldman ⁵, se basa en la relación de la inteligencia humana y de las máquinas; esta red se apoya en el uso de la inteligencia artificial, la web semántica y la web geoespacial o la web 3D para crear un sistema de cooperación globalizada enfocado en la creación, organización y rendimiento de contenido, estableciendo así una experiencia única y memorable con lenguajes más potentes, redes neurales y algoritmos genéticos que interpretan la información existente y crean nuevas ideas.

El entender cómo funciona la web en la actualidad nos ayuda a pensar más abiertamente las posibilidades que tenemos y que debemos cubrir al diseñar nuestra aplicación. Además, el saber cómo se vinculan las partes nos ayuda a sacarle más provecho a la tecnología y así poder brindar mejores resultados a nuestros usuarios.

1.2.2 Sistemas operativos

Un sistema operativo es una plataforma de desarrollo con su lenguaje de programación específico en la cual la aplicación va a correr; este sistema estará detrás, por así decirlo, de la interfaz gráfica o también llamado Back-end, ya que todo el contenido creado en el sistema operativo será lo que haga funcionar a nuestra aplicación y de cierto modo estará ligado con el diseño de interfaz.

Actualmente existen al menos cinco lenguajes diferentes, que son necesarios para poder realizar aplicaciones sobre las plataformas más actuales, entre los cuales podemos encontrar: C, C++, Java, C#, Javascript, Objective-C, HTML5, CSS3, y además los diferentes IDE necesarios junto con sus correspondientes librerías específicas. (Ramírez, pág.: 35, 2011)

Por otra parte cada plataforma tiene normas de diseño a las que el desarrollador debe regirse o seguir las pautas para un mejor resultado en cuanto al desempeño de la aplicación. En la actualidad las plataformas más grandes de desarrollo son Android e iOS.

Sea cual sea el sistema operativo que terminemos eligiendo, este estará ligado con el resultado del estudio de campo que hagamos posteriormente.

1.2.3 Software

Existen diferentes tipos de software que tendremos que utilizar en cada una de las distintas fases del desarrollo de este proyecto, desde un inicio cuando se planifiquen las ideas hasta la presentación final cuando se exponga la aplicación ante el público.

En Enough Software (2016) se presenta un listado de los programas más utilizados en la actualidad, los mismos que fueron organizados según la etapa de desarrollo en la que nos encontremos, como lo vemos a continuación:

Para Bocetar: Esta etapa depende netamente del diseñador, ya que se puede realizar a través de lápiz y papel o digitalmente, siendo lo más común el uso de programas como Balsamiq, Omnigraffle y Axure, en donde se cargarán plantillas de wireframes para bocetar sobre ellos.

5 Fuente: Tomado de <http://jinnmagalyfernandez.blogspot.com/>

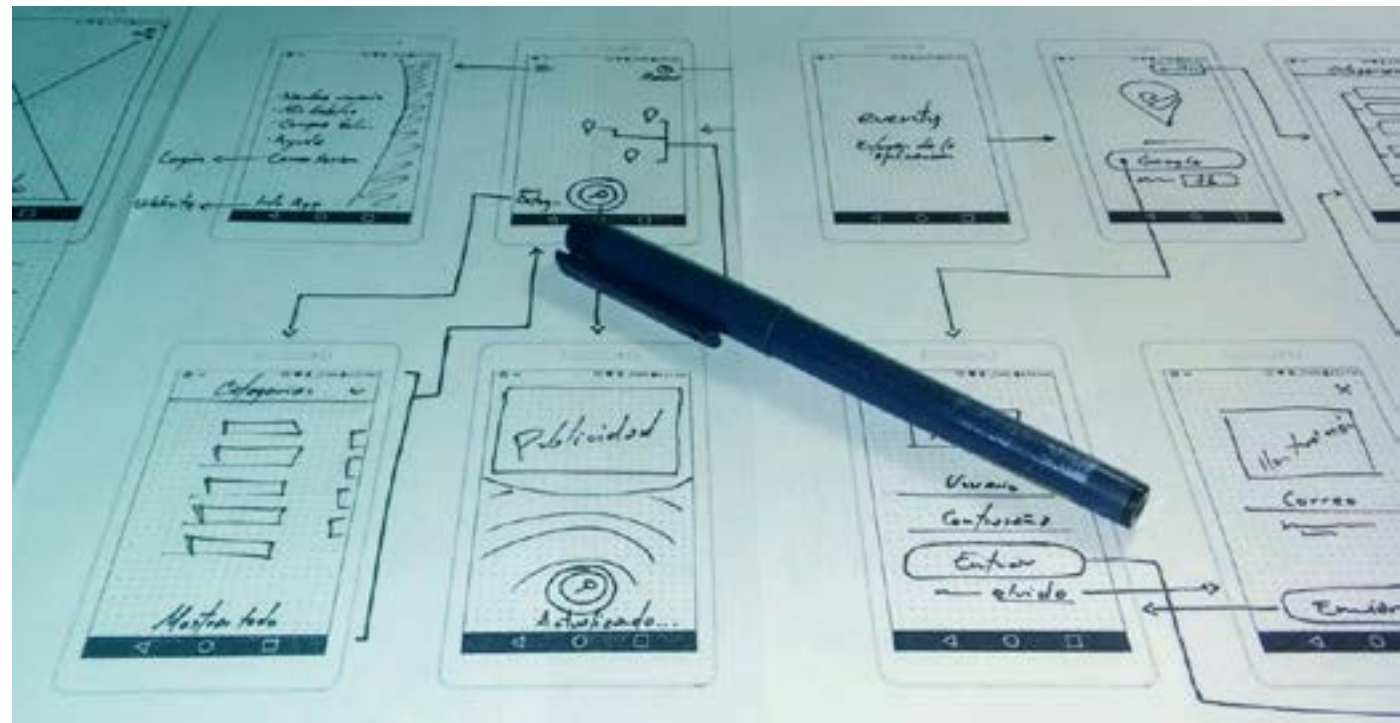


Imagen: Bocetaje de wireframe a mano. Autor

Para Diseñar: En esta etapa el diseñador podrá apoyarse en programas como Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, los mismos que son los más utilizados actualmente para el desarrollo de interfaces.

Para Simular: Una vez obtenido el diseño de interfaz, lo mejor es comenzar a realizar prueba de usabilidad, mediante uso de programas de simulación como Invision, Uxpin, Origami o Sketch, los mismos que son los más utilizados en la actualidad para hacer ese tipo de pruebas ante la falta de un código de aplicación.

El correcto conocimiento y manejo de los programas según nuestras necesidades nos ayudará a optimizar tiempo y recursos en el transcurso de nuestro proyecto, sacando el máximo provecho de cada uno de ellos y obteniendo los mejores resultados.

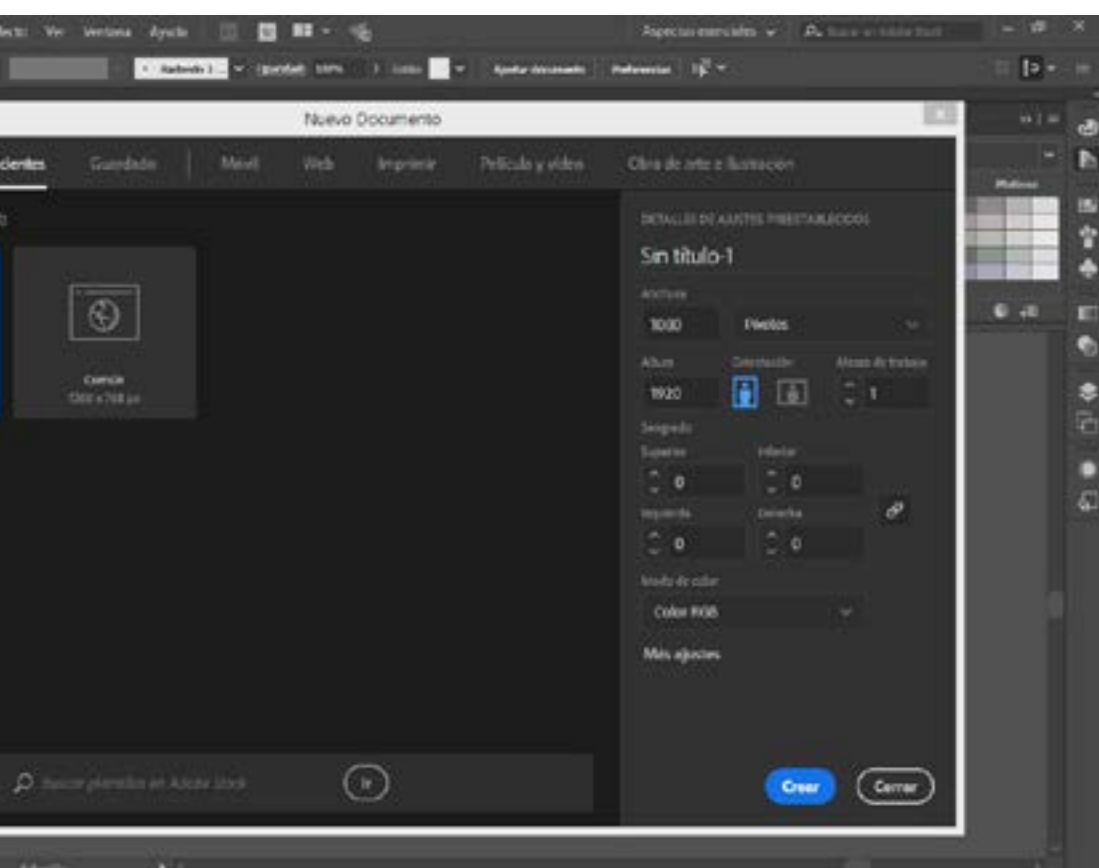


Imagen: Interfaz de trabajo de Adobe Illustrator Software. Autor

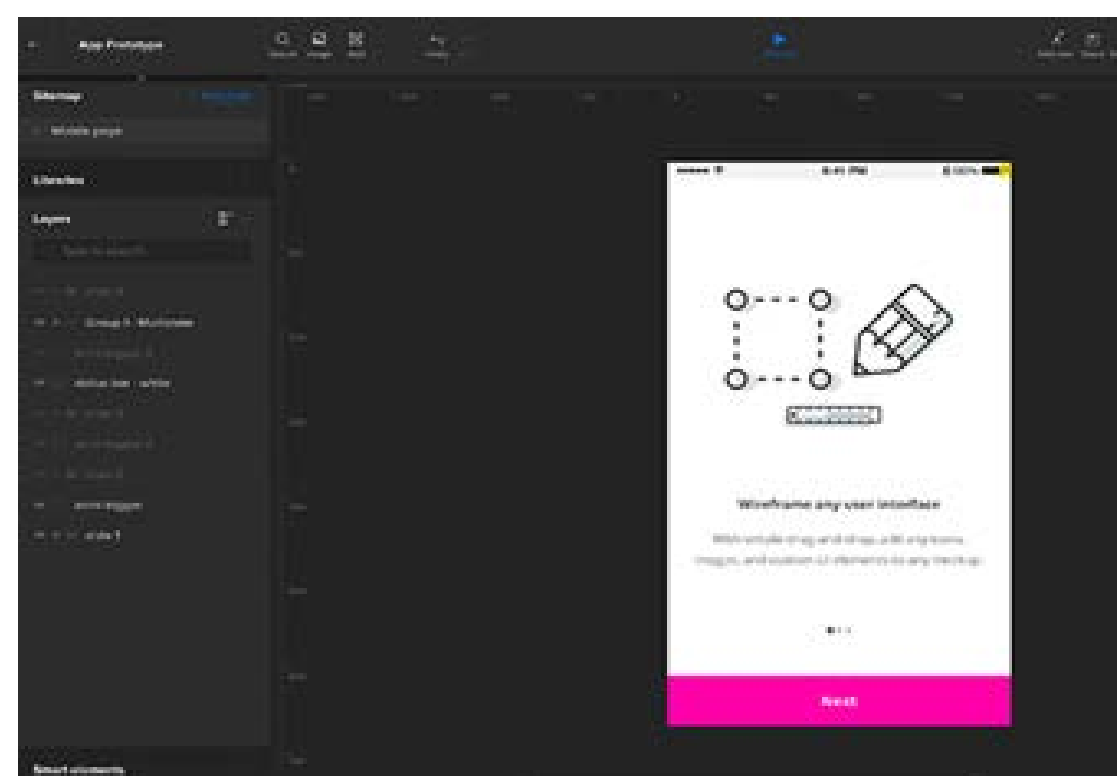


Imagen: Interfaz de trabajo de Invision App Web. Autor



1.2.4 Tipos de aplicaciones

Actualmente existen en el medio un sin número de aplicaciones que tienen diversas funciones que fueron desarrolladas de diferentes maneras, la mayoría de las aplicaciones estarán muy ligadas a las necesidades que queramos cubrir y las funciones que queramos usar. Además de los pros y contras que tiene cada una de ellas, a continuación veremos los siguientes tipos de aplicaciones:

Aplicaciones básicas: Son aplicaciones de interacción básica con el dispositivo que únicamente envían y reciben información puntual del usuario.

Webs móviles: Aplicaciones que ya existen actualmente y son adaptadas para ser visualizadas específicamente en dispositivos móviles.

Aplicaciones web sobre móviles: A diferencia de las web móviles que sólo brindan información, en estas aplicaciones existe una relación entre el dispositivo y el usuario sin necesidad de tener que instalar en el teléfono, ya que estas corren en un navegador y están desarrolladas con lenguajes como Html, Css y Javascript.

Aplicaciones web móviles nativas: A diferencia de una aplicación web esta puede ser instalada en el teléfono, pero igual sigue corriendo por medio de un navegador web.

Aplicaciones nativas: Aplicaciones desarrolladas específicamente para cada plataforma, no existe ninguna estandarización en cuanto al desarrollo, pero estas son las más potentes ya que aprovechan al máximo los recursos.

Conocer los tipos de aplicaciones nos dará un mejor enfoque para analizar cuáles son los objetivos de nuestra aplicación y cual de todas estas se acopla más al presente proyecto, optimizando de mejor manera el tiempo y recursos de desarrollo.



Monetización

Al momento de pensar sobre cómo ganar dinero con una aplicación veremos que existen varios métodos, los cuales han tenido buenos resultados en el mercado. No deben verse de forma individual y separada, ya que suelen depender de si la app es gratis, paga o freemium, además de la categoría de la aplicación, (Cuello, pág.: 37, 2013); las cuales son presentadas a continuación:

Compras dentro de la app (In-app purchase): Estas aplicaciones ofrecen compras pequeñas dentro de la aplicación, entrando en la categoría de las aplicaciones freemium.

Imagen: Compras dentro de Tinder App. Autor



Compra de la versión completa: Se basa en tener dos aplicaciones, ya que la versión gratuita hace conocer el producto para que el usuario finalmente termine comprando la aplicación completa.

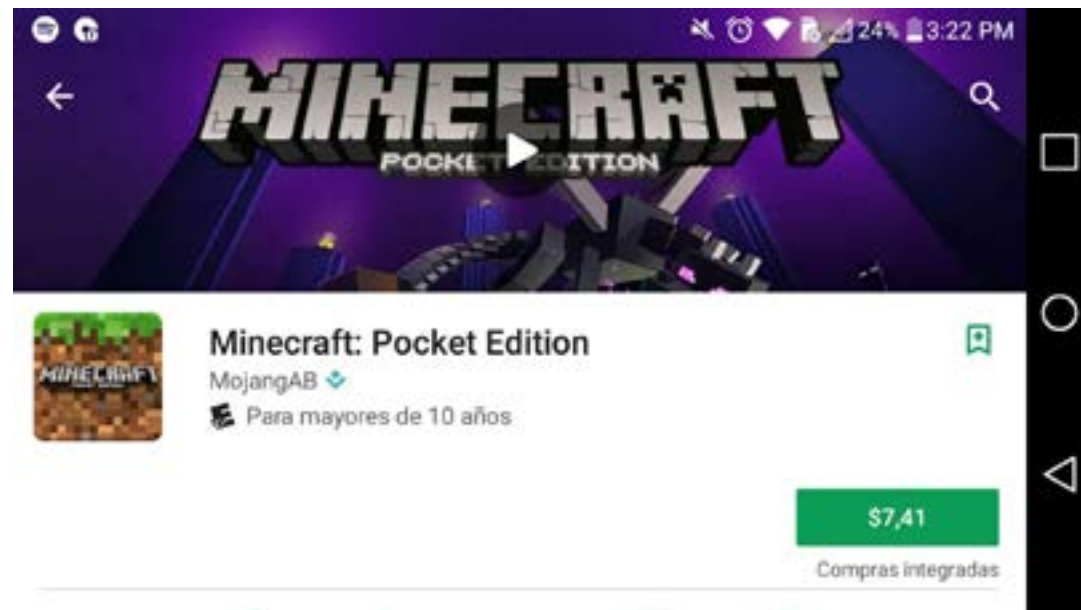


Imagen: App pagada en Play Store.
Autor

Publicidad: En Android es común ver espacios pequeños de publicidad en una aplicación, esto es porque las personas prefieren una aplicación gratis, pero hay que tener en cuenta que la publicidad afecta un poco a la experiencia de usuario.⁶

6 Fuente: Imagen tomada de <http://www.contestomatik.com/que-es-la-publicidad-in-app-tipos-y-ejemplos/>

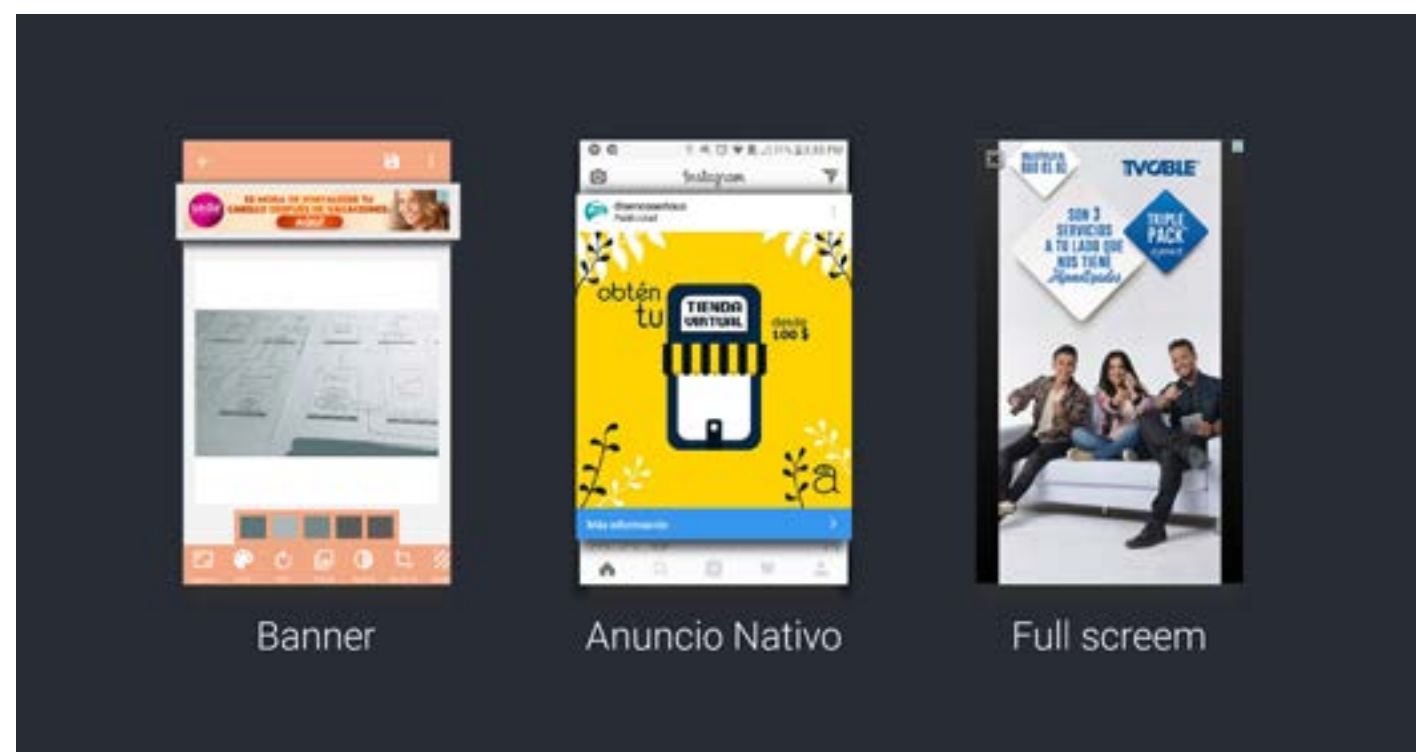


Imagen: Tipos de publicidad In-app.
Autor.

1.3

Diseño y Comunicación

“El diseño es simple, por eso es tan complicado.”
Paul Rand

Diseñar no es simplemente crear “gráficos bonitos o funcionales”, más bien es el resultado de la unión de una serie de procesos previamente diseñados con una única finalidad; para un mejor resultado al momento de pensar en diseño es de mucha ayuda tener presentes algunos principios de los años 80’s, que el diseñador Dieter Rams definió para un buen diseño:

Un buen diseño hace un producto útil: Centrándose en la usabilidad, un buen diseño descarta todo lo que impida o dificulte el uso del producto; dejando alado la parte decorativa e inservible dentro de la interfaz e implementando tan solo lo necesario.

Un buen diseño es estético: Este principio menciona que aunque lo estético sea la presentación, también puede ser algo integral de la plataforma, además que puede afectar a los usuarios y su bienestar, ya que un proyecto bien ejecutado puede ser “lindo”.

Un buen diseño es duradero: Consiste en evitar diseñar algo moderno, ya que con el transcurso del proyecto este modelo podría llegar a ser un diseño viejo, por ello es de vital importancia que los grandes diseños sean sobrios y funcionales.

Un buen diseño es minucioso y detallado: Es esencial cuidar el más mínimo detalle en el diseño, mostrando un grato respeto al usuario de nuestro producto.



I.3.1 Diseño de interfaz

El diseño de interfaz comprende el desarrollo de toda la parte gráfica que estará en las pantallas de nuestra plataforma, desde el logotipo al iniciar la aplicación hasta el tamaño de fuente usada en la pantalla de ayuda. Pero primero se tiene que comprender cada una de las partes que conforman toda esta rama.

Branding

Cuando escuchamos la palabra branding tan sólo pensamos en logotipos, cromática y tipografía, pero el concepto de la marca se extiende mucho más allá de lo visual, comprende también la identidad de marca y el conjunto de asociaciones conceptuales o emocionales. (Garrett, pág.: 38, 2011).

El manejo de un branding dentro de este proyecto nos ayudará a entender la influencia que tiene una marca con los usuarios, llegando a establecer un mejor vínculo entre el usuario y nuestro producto.

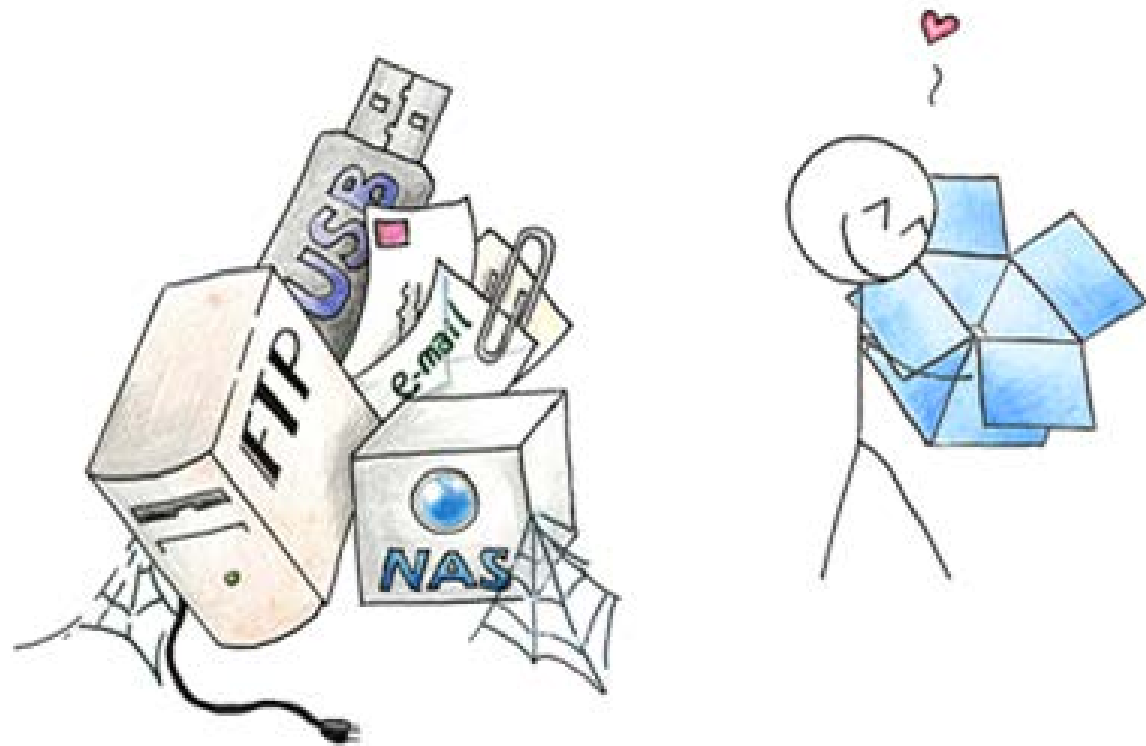


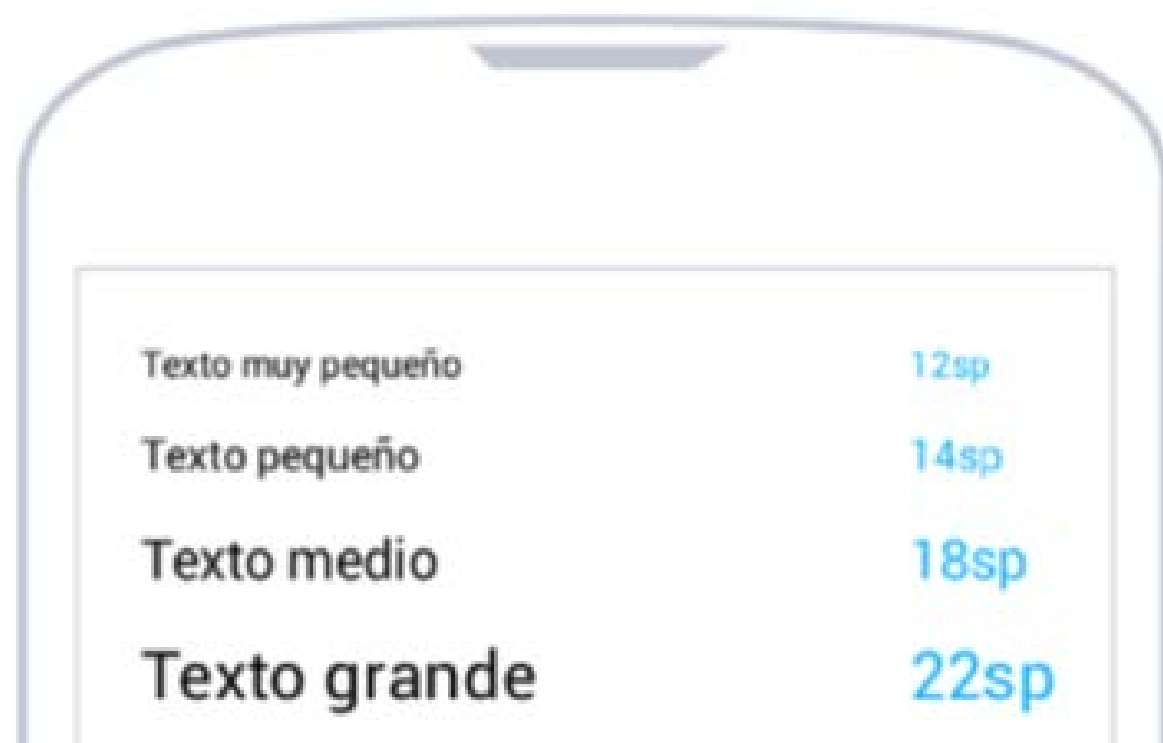
Imagen: Identidad visual - Caso Dropbox
Imagen tomada de <https://blog.socialrank.com/2015/02/04/branding-and-conways-law/>

Un buen manejo de una marca hará que el usuario se sienta reconocido y prefiriera nuestra aplicación ante las demás, siendo necesario el ser minucioso y cauteloso con su uso dentro de la aplicación para no afectar la navegación y la experiencia de uso.

Logotipo y pantalla inicial

El ícono será el elemento gráfico que más potencia visual tenga, ya que este estará ubicado en el menú principal de los teléfonos de nuestro usuarios. El icono de la aplicación tendrá que tener características como: llamativo, simple, atractivo, entre otras; además debe tener el mismo sistema gráfica de la aplicación, con ello los usuarios lo relacionan con más rapidez al momento de verlo.

Por otra parte tenemos la pantalla inicial de nuestra aplicación o también llamada “Splash”, esta pantalla es aquella que está activa por un escaso tiempo mientras la aplicación se carga, aquí es en donde colocaremos nuestro logotipo para reforzar la marca.



Color

Los colores son los elementos que generan el mayor atractivo visual en toda aplicación, pero el uso incorrecto de estos hará que fácilmente nuestra aplicación se convierta en un desastre tecnológico.

Paleta de Color

Esta comprende la gama completa y específica de los colores que estarán empleados en nuestra interfaz, lo cuales a su vez refuerzan la marca. La paleta deberá iniciarse con colores primarios y posteriormente se de otros colores según las necesidades. Teniendo en cuenta que la paleta siempre cumpla con las normas de accesibilidad.

Color primario

Es aquel color que aparece con más frecuencia en nuestra aplicación. Es de mucha utilidad que en la paleta exista dos variantes del color principal, una versión más clara y una más oscura, para así poder crear contrastes con el contenido.

Color secundario

Este color que nos ayudara a acentuar partes de la interfaz y puede ser complementario o análogo al color principal. Es necesario tener en cuenta que este color debe ser usado con moderación para no generar discordia alguna en la estética de la interfaz y que el uso este color es opcional ya podría resolverse de otra manera con el uso de contrastes.

Jerarquía

Con un correcto uso del color podremos jerarquizar el contenido en nuestra aplicación, dando o quitando importancia a elementos tan solo con el uso de un contraste de colores de nuestra paleta cromática.

Sentido

Los colores también nos ayudan a enfatizar el significado de lo que queramos representar, como por ejemplo el uso de color rojo en un GPS nos ayudará a expresar que existe tráfico en esa zona; o también el uso de colores a manera de aviso de que está mal al momento de llenar un formulario.

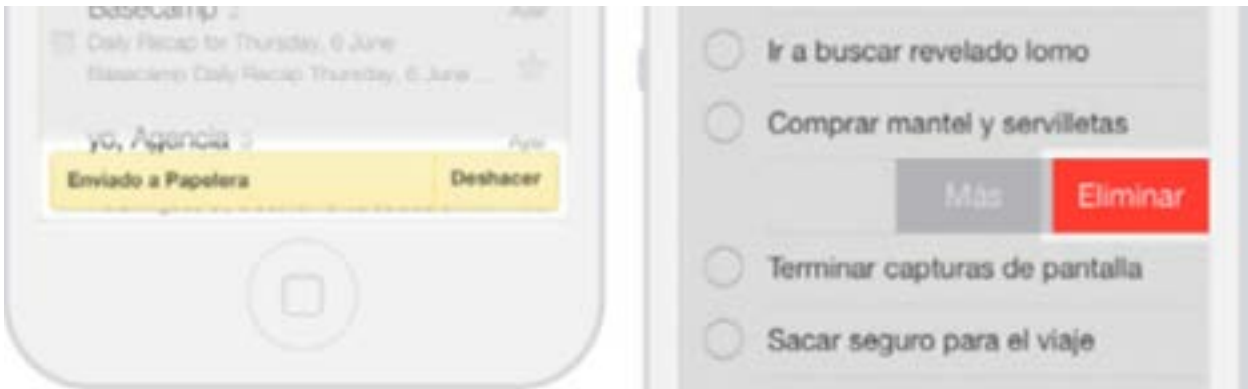


Imagen: Cromática en interfaces
Imagen tomada de Monjo, T. (2011). Diseño de interfaces multimedia.España. Ed. Eureka Media.

Color en el Texto

Este aspecto es importante en cuando a la legibilidad del texto dentro de la aplicación, ya que jugar con la opacidad del color nos permitirá generar una jerarquización de contenido sin abrumar al usuario con tanta información.

Color de texto	#000000
-Texto principal:	Opacidad 87%
-Texto secundario:	Opacidad 54%
-Consejos de texto:	Opacidad 38%



Iconos

Son los elementos gráficos que ayudan a simplificar y reforzar el entendimiento de acciones dentro de una aplicación, estos se dividen en dos grupos:

-**Iconos de productos:** representaciones visuales que están ligados con productos, servicios o herramientas propias de la marca.

-**Iconos de sistema:** estos representan acciones, comandos, archivos, dispositivos o directorios.

Retícula y líneas guía

Para el desarrollo de los iconos en el presente proyecto es esencial el uso de una retícula, en la cual se pueda generar un sistema flexible pero coherente entre todos los elementos gráficos. Esta retícula está conformada por líneas guía, las mismas que ayudarán a estandarizar las diferentes proporciones de los iconos.

Los iconos deben ser simples, reduciendo su forma a la mínima expresión posible sin perder su concepto, garantizando su legibilidad y claridad, incluso en tamaños pequeños ¹

Frameworks

Son una herramienta muy útil en el proceso de bocetaje del diseño de la interfaz; la realización de frameworks es de gran utilidad para saber de una manera rápida y sencilla cómo está estructurada nuestra interfaz.

Debemos aclarar exactamente lo que cada elemento de la interfaz realiza, definiendo una estructura y una arquitectura concreta para la información; para luego pasar a la programación y el diseño real. Hacer cambios tardíos en la interfaz de usuario subyacente y la forma en que las personas interactúan con ella es mucho más difícil que cambiar la tipografía o el color, y siempre requerirá dinero y tiempo extra, (Eslinger, pág.: 105, 2014).

Estos frameworks en su gran mayoría son realizados sobre papel, con marcadores y de una manera rápida, sin ser muy detallistas pero siendo comprensibles por si solos.

Prototipos

El proceso siguiente al bocetaje es la realización de prototipos básicos, los mismos que servirán para comenzar a realizar test con usuarios y comenzar a detectar fallas en la usabilidad. Estos prototipos pueden estar basados en wireframes o en diseños visuales. (Cuello, pág.: 77, 2013)

Para un mejor desempeño en el desarrollo de los test podemos resolver nuestros prototipos en diferentes plataformas digitales como Sketch, Invision, marvel, etc.; las mismas que nos ayudan a simular una aplicación sin tener conocimiento previo de desarrollo, obteniendo como resultado un ejemplo casi real de nuestra aplicación con lo cual podremos desarrollar posteriormente pruebas de error con usuarios.

6 Fuente tomada de: <https://material.io/guidelines/style/icons.html>

CAPITULO 2

Conociendo lo que está a mi alrededor

2.1

Análisis de Homólogos



Este análisis trata la búsqueda y definición de productos a tomar como referencia para el desarrollo de nuestro proyecto; este paso es de mucha importancia para la toma de decisiones de diseño, ya que por medio del análisis de parámetros establecidos como forma, función y tecnología se sacará a flote lo mejor y peor de cada aplicación.

Nuestro análisis estará dividido por “homólogos directos” y “homólogos indirectos”, en el cual los homólogos de tipo directo serán los productos que estén vinculados totalmente con el área de las aplicaciones móviles y difusión de eventos, mientras que los homólogos indirectos estarán comprendidos a los productos que estén relacionados con la parte estética sin estar vinculados estrictamente al área de los eventos.

HOMÓLOGOS DIRECTOS

Eventbrite App



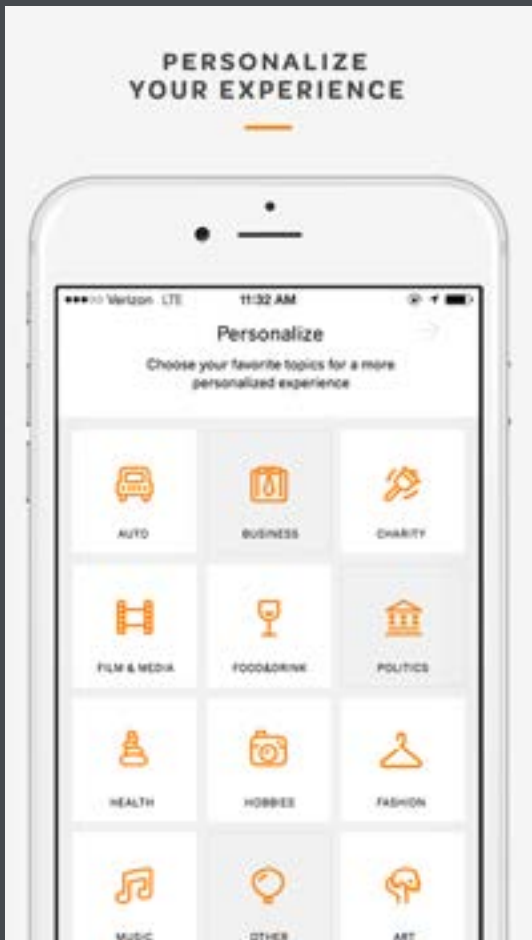
Eventbrite es una aplicación móvil global de ocio, cuya finalidad es dar a conocer eventos sociales por ciudades, además de poder realizar reservas y/o compra de entradas.

Características de la aplicación

Aplicación desarrollada para sistemas Android y IOs con un tamaño de aproximadamente 7mb, lo cual hace de a esta una aplicación ligeramente liviana y con su diseño adaptivo se acopla rápidamente a los diferentes tamaños de pantallas que hay en el medio, siendo una aplicación totalmente accesible para cualesquier usuario.

Retícula

La aplicación se rige por una retícula de 3 columnas en vertical y 4 columnas en horizontal, en donde por medio de la unión de celdas se crea dinamismo en la aplicación y un mayor orden de la información dentro de la misma.



Jerarquización de la información y tipografías

La aplicación hace uso exclusivo de tipografías San Serif, Benton Sans y Helvética para la jerarquización de la información, además utiliza variantes de tamaño, color y espaciado. Para la información más relevante utilizan el color negro, para los textos secundarios utilizan el color naranja o un gris oscuro y para los textos complementarios utiliza colores entre el naranja y el gris claros.

Estética

La aplicación tiene un estilo minimalista, ya que evita la saturación de gráficos dentro de la pantalla y como vemos en la imagen lateral, el fondo de la aplicación consta de colores planos ligados a la paleta cromática.

Cromática

La paleta cromática de la aplicación está relacionada con la imagen corporativa para crear uniformidad de productos, con predominio del color blanco con la finalidad de eliminar la sobrecarga de contenido en la pantalla.

Iconos

Los iconos y la caracterización de su contenido hacen que el usuario no se sobrecargue de información, haciendo algo más fluida, entendible y sencilla la navegación al momento de usar. Los iconos son minimalistas con trazos lineales finos, lo que hace que tengan una constante en su diseño.

Interacción

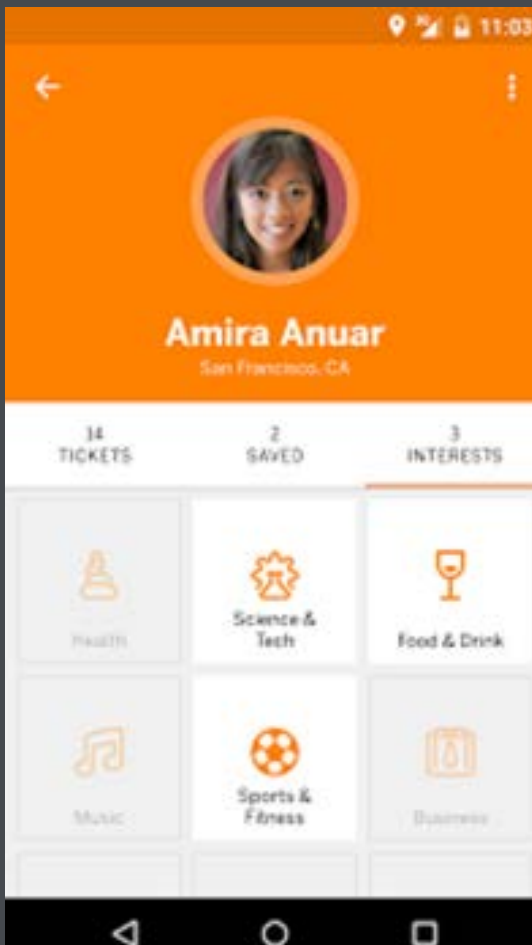
La interacción de la aplicación con el usuario es mínima, las micro interacciones de los botones al ser accionados son de un tono más oscuro, creando un feedback hacia el usuario. Por otra parte los movimientos de cambio de página son transiciones de movimiento básicas.

Función

Su principal función es la difusión de eventos según la ubicación del usuario y venta de entradas. Al ser una aplicación de uso a nivel mundial tiene un elevado número de eventos en diversas ciudades y países, aunque por otra parte el exceso de una estética minimalista da la impresión de ser una aplicación seria y aburrida. El lenguaje empleado por la aplicación es amigable, tratando al usuario como si existiese una relación de amistad.

Tecnología

Esta aplicación es de tipo híbrido ya que funciona de igual manera para ordenadores, haciendo uso de diversas características del teléfono como la ubicación, la cámara y la vinculación con aplicaciones de redes sociales. Otro punto importante de esta aplicación es el uso de las categorías para filtrar eventos de interés al usuario por medio de algoritmos y base de datos. La facilidad de pago es un punto importante en esta aplicación, ya que está basada en la venta de entradas mediante el uso de códigos QR.



Imágenes: Análisis de Evenbrite App
Imágenes tomada de www.eventbrite.uk



Vunee App

Vunee es una aplicación móvil española de ocio para conocer eventos sociales de las tres principales ciudades españolas, como Barcelona, Madrid y Valencia, permitiendo observar fotos de aquellos usuarios que ya están presentes en el evento.

Características de la aplicación

Aplicación desarrollada para sistemas Android y IOs tiene un tamaño de 5mb, lo cual cataloga a esta como una aplicación liviana. La aplicación únicamente es accesible para dispositivos que dispongan de sistema GPS, ya que su funcionalidad se basa primordialmente en mapas y geolocalización.

Retícula

La aplicación no presenta señales de estar diseñada sobre una retícula fija, pues su diseño es variable en todas las pantallas, denotando una retícula de 6 columnas verticales y 10 columnas horizontales, dando gran libertad al momento de diagramar la información dentro de las pantallas.

Jerarquización de la información y tipografías

La aplicación presenta dinamismo en cuanto al uso de tipografías, la principal es San Serif Reounded Bold y la segunda San Serif Regular; dándose el caso de que la tipografía principal fue utilizada para el desarrollo de la marca de la aplicación. La mayor característica de jerarquización dentro de la aplicación es el uso de la variante de las tipografías y uso del color.

Estética

La aplicación tiene un estilo juvenil en donde la importancia radica en el contenido subido por los usuarios. El uso de imágenes prima en esta aplicación, las mismas que son editadas con ayuda de colores degradados para crear contrastes de texto sin perder legibilidad. Además se puede notar su diseño dirigido hacia un público joven netamente.

Cromática

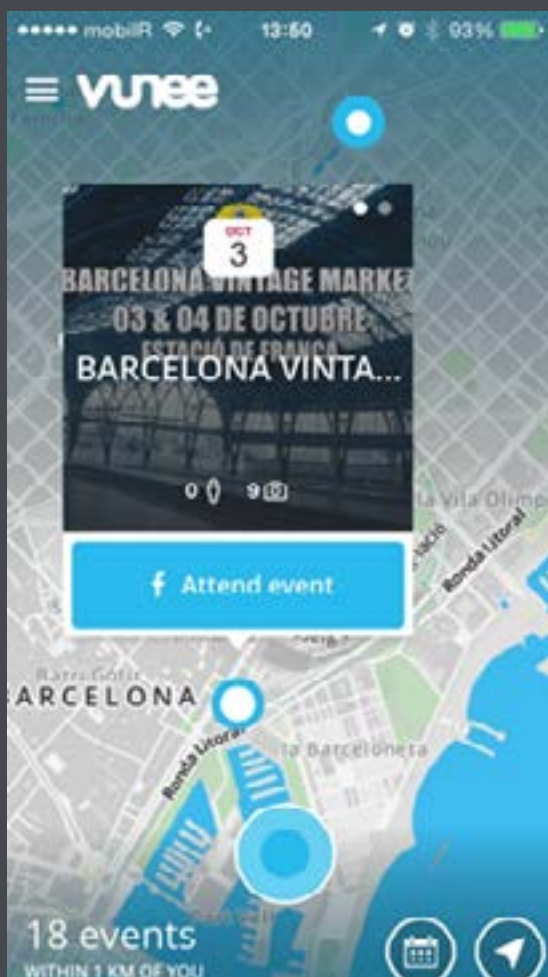
La paleta cromática de la aplicación está conformada de colores fríos, en donde prima el celeste y azul oscuro, además de un color secundario que es usado para dar contraste en la aplicación que es un color rojizo.

Iconos

El uso de iconos en esta aplicación es muy escaso y están ubicados principalmente en el menú inferior de la aplicación, en donde representan las opciones de fotos, favoritos, cámara, chat y perfil; estos iconos tienen la constante de ser de un solo color y hacen uso del contorno.

Interacción

En cuanto a la interacción de la aplicación con el usuario, podemos mencionar que es nula, ya que no existe una retroalimentación al accionar botones en la aplicación, lo cual ha generado confusión en los usuarios al momento de usar la aplicación.





Función

Esta aplicación asienta toda su información sobre un mapa, aunque la navegabilidad se compromete al momento de usarla. La ubicación de los botones hace que el viaje del usuario sea fácil y sencillo, haciendo de este aspecto su punto fuerte, ya que el usuario podrá ver de una manera diferente la distancia a la que se encuentra de los eventos. Pero la falta de una retícula y diseño en los elementos de la interfaz, deja una sensación agri dulce al momento de hacer uso de la aplicación.

Tecnología

Esta aplicación desarrollada para sistemas Android y IOs, en donde destaca el uso de la geo-localización, previo a su uso, el usuario deberá registrarse mediante Facebook y Vunity (aplicación española). La capacidad de compartir contenido por parte del usuario es el gancho estratégico de la aplicación, ya que las personas pueden tomar fotografías del evento y compartirlas mediante la misma aplicación, creando una comunidad visible hacia todos los usuarios que se encuentren registrados.



Bandsintown App

Bandsintown es una aplicación móvil neoyorquina de conciertos musicales que permite acceder a la realización reservas y/o compra de entradas.

Características de la aplicación

Aplicación desarrollada para sistemas Android y IOs tiene un tamaño de aproximadamente 84mb, lo hace que sea una aplicación pesada y apta solo para dispositivos con gran capacidad de memoria; su diseño adaptivo se acopla rápidamente a los diferentes tamaños de pantallas que hay en el medio, siendo una aplicación totalmente accesible para cualquier tipo de pantalla.

Retícula

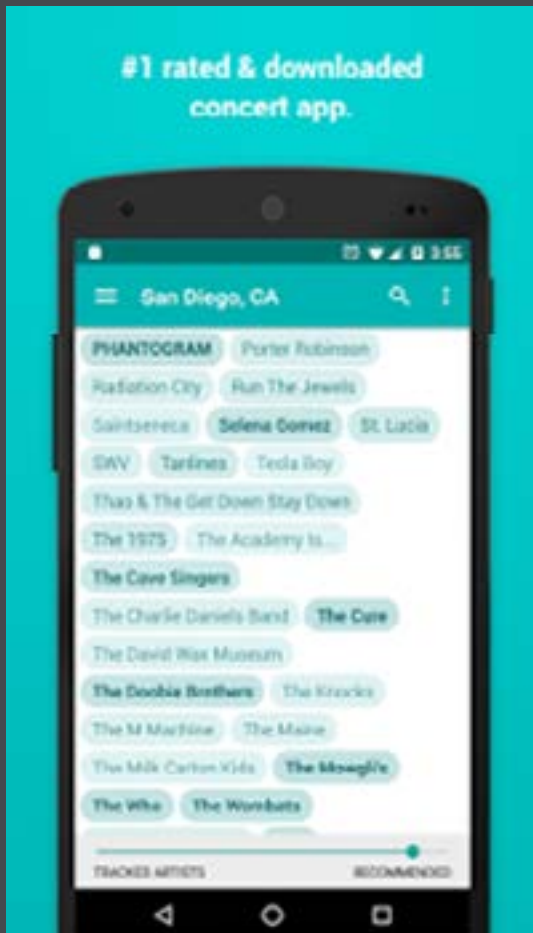
La aplicación tiene una retícula de 3 columnas en vertical y 5 columnas en horizontal, el botón de menú principal que esté ubicado en la parte superior de la pantalla, siendo aquí donde el usuario tiene acceso a las diferentes opciones de la aplicación.

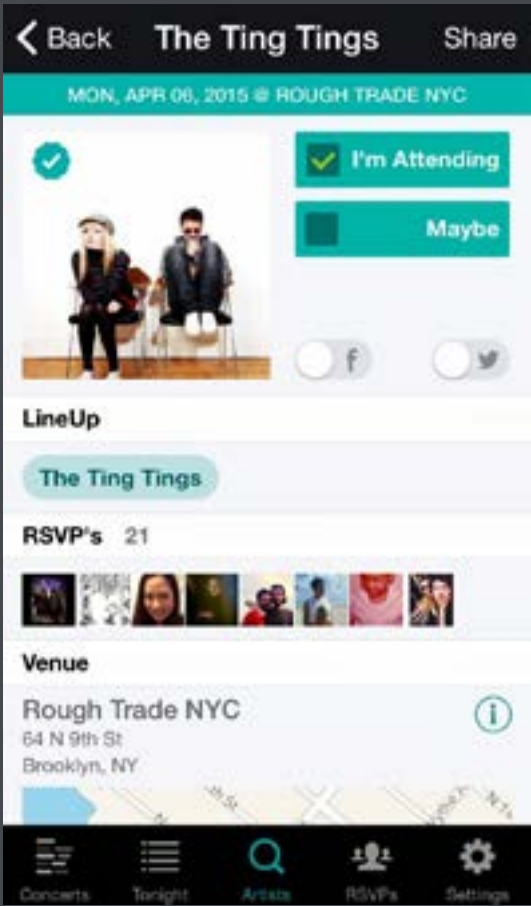
Jerarquización de la información y tipografías

La aplicación hace uso exclusivo de la tipografía San Serif Open Sans, mientras que para la jerarquización de la información utilizan variantes del mismo tipo de letra pero con diferente tamaño y color, ya que para la información más relevante se utiliza la variante “medium” de la tipografía, mientras que para los textos secundarios utilizan la variante “light” y para los textos complementarios usan el color gris claro.

Estética

La aplicación tiene un estilo sobrio, en donde predomina el uso del texto con muy poco gráficos, el uso de las imágenes sirve como atractivo visual de los eventos, los cuales sirven de fondo para colocar texto encima. La línea gráfica es muy seria, teniendo en cuenta que esta es una aplicación para promoción de conciertos.





Imágenes: Análisis de Bandsintown App
Imágenes tomada de www.bandsintown.com

Cromática

La paleta cromática de esta aplicación es muy estricta, ya que únicamente hace uso de 3 variantes como máximo del color primario, lo cual ocasiona uniformidad en la aplicación y refuerza la marca. El color verde es usado como color secundario, teniendo buen complemento con el color turquesa primario. Las imágenes y fotografías no tienen ningún filtro, por lo que están a full color en la interfaz.

Iconos

Existe una falencia en el desarrollo de iconos de esta aplicación, ya que el uso de los mismos es sumamente escaso, contando con iconos solo para el menú principal en donde se encuentran opciones como nube, conciertos, historial de actividad, gestionar y ajustes. Los iconos se caracterizan por ser lineales, sin contorno y no tienen vínculo entre sí.

Interacción

La interacción en la aplicación es genérica, pues al accionar cualquier botón de la interfaz se mostrará un degradado radial en crecimiento que termina desapareciendo, estas micro-animaciones son las que vienen por defecto en los programas de desarrollo del sistema operativo.

Función

Su principal función es la difusión de conciertos por medio de la ubicación del usuario, el punto fuerte de la aplicación radica en la forma de mostrar los conciertos según los artistas de interés del usuario, presentando un listado de nombres en el cual se resaltan los nombres que estén vinculados con los artistas favoritos del usuario por posteriormente ingresar a la página de concierto. Al igual que otras aplicaciones también existe la opción de reserva y compra de entradas.

Tecnología

El uso de características como la geolocalización y el hacer su registro a través de cuentas de redes sociales ayudan a la aplicación a brindar información según los intereses del usuario. Siendo otras características la utilización de SDK (herramienta de desarrollo para Android) para el uso de Lift maps y la opción de compartir contenido por redes sociales.

HOMÓLOGOS INDIRECTOS

Snapchat App



Snapchat es una aplicación móvil estadounidense de ocio cuya finalidad es compartir momentos y comunicarse con los contactos por medio de texto y vídeos de máximo 10 segundos.

Características de la aplicación

Esta aplicación está disponible para todos los sistemas operativos con un tamaño de aproximado de 60mb, lo que hace que sea una aplicación ligeramente pesada, pero con el uso puede llegar a pesar varias gigabytes en la memoria del teléfono, motivo por el cual esta aplicación es utilizada de manera exclusiva por teléfonos de gama media y alta.

Retícula

Esta aplicación no cuenta con una retícula fija, pues dependiendo del contenido de cada pantalla esta cambiara, desde una retícula de 5x3 hasta de 8x6.



Jerarquización de la información y tipografías

La aplicación hace uso exclusivo de la tipografía San Serif Neun Helvetica, para la jerarquización de la información se utilizan variantes como el tamaño y el color. Para la información más relevante utilizan el color negro o rojo, mientras que para los textos secundarios se utiliza el color gris y morado, finalmente, para los textos complementarios se usa el color gris claro y un tamaño más pequeño.

Estética

La aplicación tiene un estilo juvenil en donde predomina el uso de imágenes y vídeos con muy poco texto. El uso de filtros es característico de esta aplicación ya que crean dinamismo y variedad en el contenido generado por los usuarios.

Cromática

La paleta cromática de esta aplicación es muy variada ya que hace uso de varios colores, pero el color primario es el amarillo junto con otros colores secundarios para crear contrastes dentro de la interfaz.

Interacción

La interacción en la aplicación es alta, pues al accionar cualquier botón de la interfaz se generará una micro-animación dando un mejor feedback y fluidez a la aplicación.

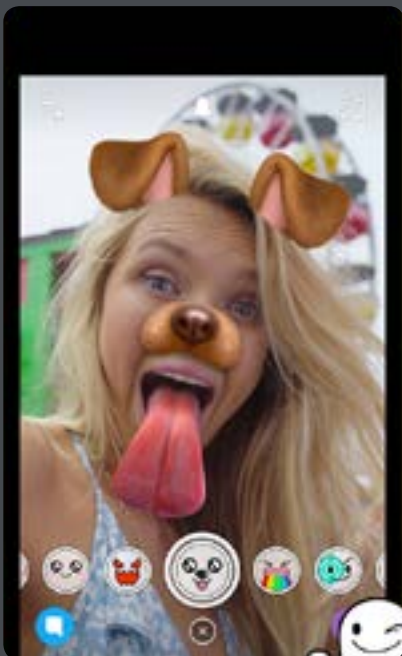
Función

El compartir contenido visualmente es la función principal de la aplicación, pero su característica principal es que este contenido esta visible únicamente por 24 horas, aunque el usuario tiene la opción de guardar en recuerdos. Otra característica en torno a la privacidad es que la aplicación nos brinda una opción de mensajería que elimina los mensajes al instante o envía un aviso al momento de hacer capturas de pantalla, generando una comunicación confiable por ambos lados de la interfaz.

Tecnología

La aplicación hace uso de diversas características de los dispositivos, tales como uso de los contactos, geolocalización, llamadas, cámara, memoria cache, etc. Además uno de los puntos fuertes de la aplicación es el reconocimiento facial por medio de la aplicación, opción que es utilizada para los filtros que brinda al realizar un snap.

Otra opción que nos brinda esta aplicación es el uso de códigos QR para evitar la tediosa tarea de deletrear nuestro nombre de usuario hacia otro usuario.



Imágenes: Análisis de Snapchat App
Imágenes tomada de www.snapchat.com

2.2

Investigación de campo

El desarrollo de una investigación de campo nos brindará una mejor perspectiva con datos reales en cuanto a la situación actual del presente proyecto, resolviendo hipótesis e inquietudes que fueron planteadas durante el proceso de planteamiento del mismo.

La primera investigación está relacionada con los eventos de manera general, buscando determinar los tipos de eventos a los que tienen predilección los potenciales usuarios, las plataformas de difusión, los tipos de sistemas operativos utilizados y una aproximación estimada de las motivaciones que llevan al usuario a salir, todo esto con el objetivo de definir parámetros necesarios al momento de diseñar la plataforma.

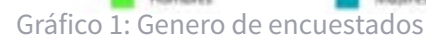
La segunda investigación nos ayudará a entender mejor el manejo de la información de los usuarios ante la red social más utilizada en la actualidad, sacando conclusiones vinculadas con la problemática presentada en el capítulo 1.

Finalmente, se presentará una zonificación urbana de los espacios públicos y privados en donde se desarrollan eventos ligados con el arte y cultura, definiendo las ubicaciones para un mejor desarrollo de la aplicación.

2.2.1 Sobre el desarrollo de eventos en una ciudad

Una ciudad siempre estará llena de eventos artísticos y culturales, los cuales llenan y enriquecen la cultura de las personas ya que estos rompen con la monotonía de la rutina diaria de las personas. En el siguiente análisis veremos cómo se encuentra el campo de los eventos en la actualidad, reafirmando las problemáticas ya expuestas y determinando posibles soluciones con los datos obtenidos, las cuales se analizarán y desarrollarán posteriormente.

La encuesta también reveló que el 73% de las personas usan sistema Android, un 17% usan sistema IOs y un 10% no disponen de un teléfono inteligente; reflejándonos cuál sería el sistema predilecto al que estará enfocado nuestro diseño cuando tengamos que decidir, ya que de esta manera se garantiza una buena acogida. Véase el gráfico 2.



Existe una gran variedad de eventos, pero en la presente investigación se vio la necesidad de saber cuáles son los que tienen mayor demanda y concurrencia de las personas; teniendo esto en cuenta se observa que un 73% de los usuarios asiste a conciertos, 68% a cines, 43% a fiestas, 38% a obras de teatro, 32% a exposiciones, 19% a sinfónicas, 13% a fiestas culturales y finalmente un 6% tiene predilección a conferencias.

Estos datos observados denotan la gran diferencia que existe entre los distintos eventos, los mismos que son publicitados por las mismas personas o por grandes campañas publicitarias; mientras que los eventos ligados al arte y cultura no cuentan con muchos recursos publicitarios, motivo por el cual están limitados a círculos sociales determinados. Véase el gráfico 3.



El saber la preferencia de las personas al momento de adquirir entradas para los eventos de su preferencia nos ayuda a analizar que método será más factible al momento de implementar un servicio de venta de entradas en la aplicación. En el gráfico 4 se puede observar que el 60% de las personas compra la entrada en puntos de venta autorizados, el 27% compra la entrada el día del evento y un 13% compra su entrada por medio de Internet.



Los organizadores de eventos sociales siempre buscan el medio de difusión más eficaz para publicitar su evento y que el mismo tenga una gran acogida; en la encuesta se consultó acerca de cuáles son los medios de difusión a través del cual se enteran de los eventos. Se determinó que el 92% de encuestados se enteran de los eventos por medio de Facebook, seguido del 67% que se enteran mediante afiches publicitarios, un 55% por el recomendación de un conocido, un 37% por los medios tradicionales como televisión, radio y periódico, un 10% por sitios web y por último un 9% por aplicaciones móviles. Véase el gráfico 5.



Por otra parte, el conocer acerca de las redes sociales en las que existe más interacción entre usuarios nos ayudará para plantear estrategias publicitarias de la aplicación; teniendo este precepto en mente se consultó acerca de preferencias en redes sociales, obteniendo como resultado que un 78% de entrevistados comparte contenido de eventos mediante Facebook, al mismo tiempo un 61% a través de Instagram, un 35% en Snapchat y un 19% en YouTube y Twitter. A continuación se presentan los datos en el gráfico 6.



El hecho de no saber si la gente tiene las posibilidades de adquirir una entrada o no saber cuánto cobrar es una de las incógnitas que tienen las personas que desarrollan eventos, ya que temen que su evento fracase al momento de cobrar; por este motivo se consultó acerca de un monto aproximado de dinero que estaría dispuesto a gastar en ocio, obteniendo como resultado que un 55% de los encuestados cuenta con un presupuesto de 10 a 20 \$ aparte del dinero para la entrada al evento deseado, seguido de un 37% que cuenta con un monto de 20 a 40\$ y por último un 7% de personas refirieron que su presupuesto es menor a los 10\$.

Age Group	Percentage
10 a 20%	55%
20 a 40%	37%
Moren de 40%	7%

Gráfico 7: Cartera de los asistentes

2.2.2 Eventos en la red social Facebook

Este estudio se realizó con la finalidad de profundizar el análisis de la problemática que existe acerca del exceso de información en las plataformas actuales, para ello se centró la atención en Facebook, ya que esta es la red social más utilizada por los usuarios para mantenerse en contacto y comunicar acerca de la realización y asistencia a eventos.

Bajo la siguiente pregunta: ¿Pero cuántos de estos eventos recordamos?; Se planteó el siguiente sondeo, el cual fue realizado a un grupo de 20 personas, obteniendo como resultado que tan solo un 4% de los eventos en total es recordado por el usuario sin entrar a Facebook, un 12% son los eventos de interés para la persona y un 78% son eventos presentados en su cuenta de Facebook y a su alcance pero estos pasan desapercibidos. Véase el gráfico 8.

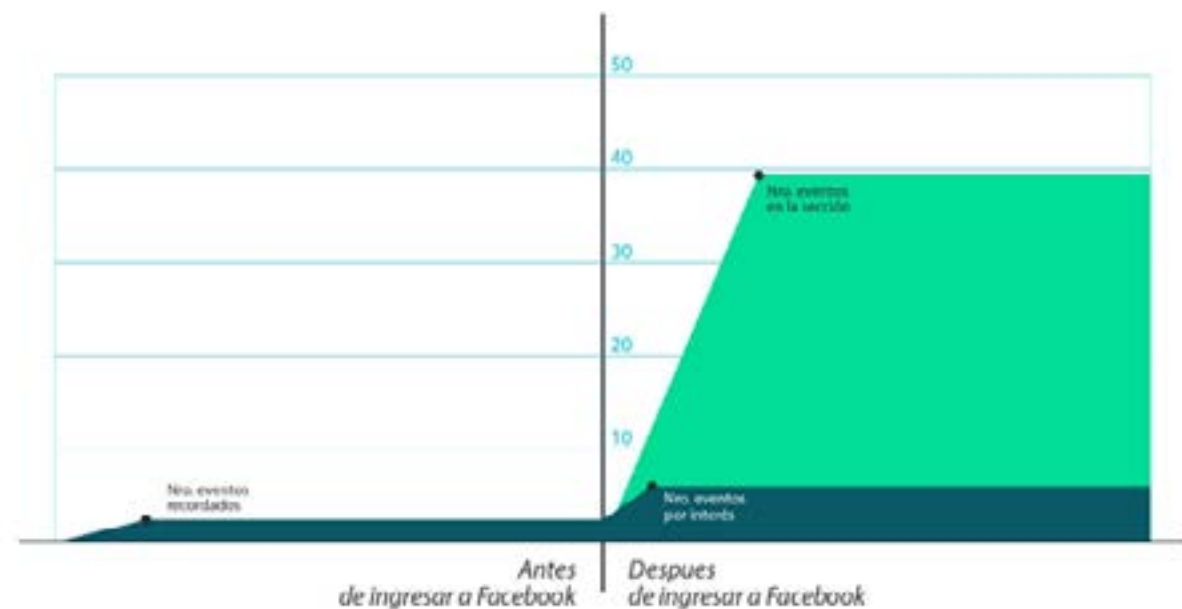


Gráfico 8: Eventos en nuestra mente



2.2.3 Lugares de desarrollo de eventos

En la ciudad de Cuenca existen una gran variedad de espacios destinados al desarrollo de eventos artísticos y culturales, en la Gráfica 9 se puede ver su ubicación y nombre, además de estar agrupados según sus condiciones.

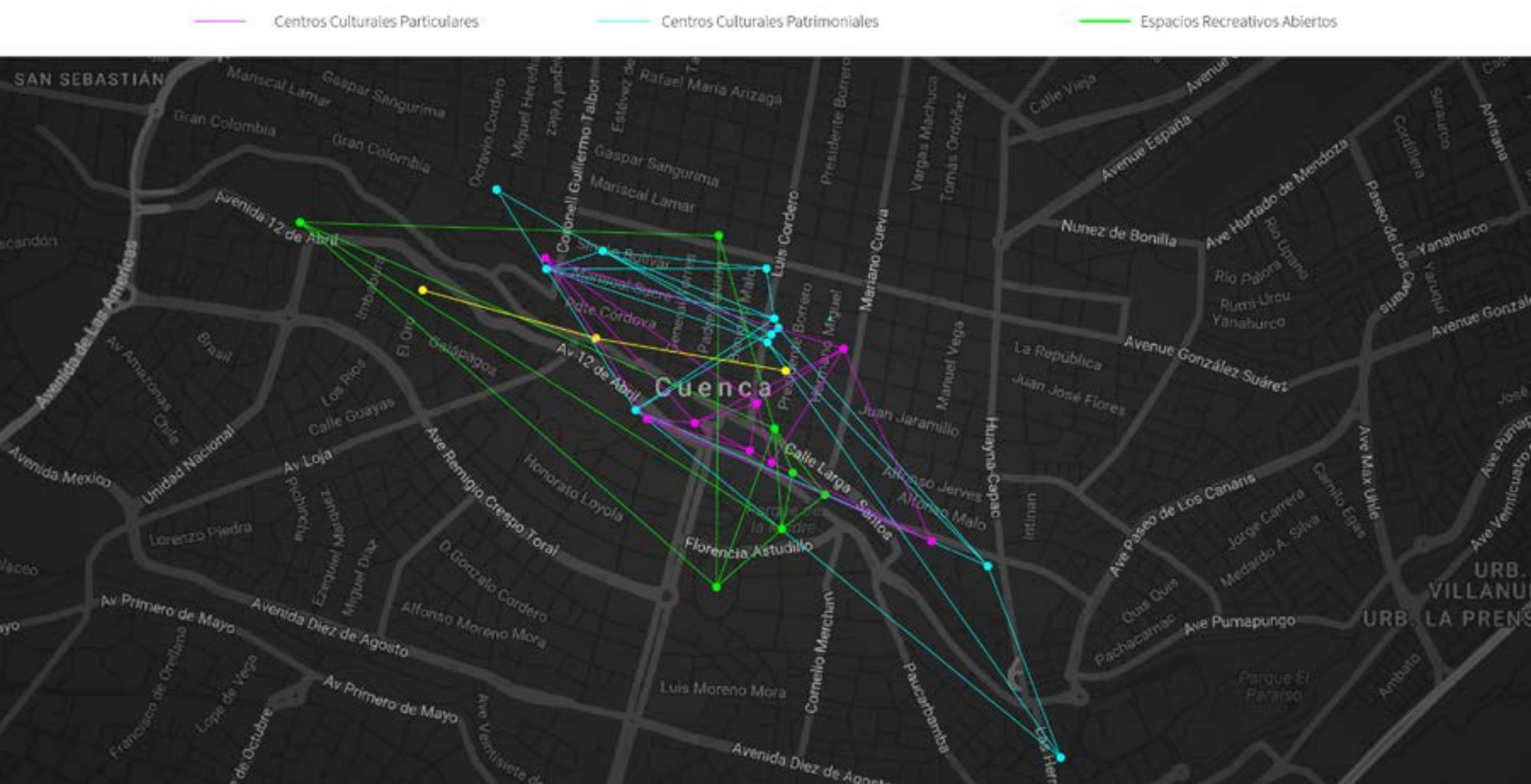
En el gráfico se puede observar marcados con color morado a aquellos lugares en donde las personas pueden disfrutar del evento y además consumir comida o bebida dentro del mismo local de comida o bebidas, se debe tener en cuenta que la mayoría estos lugares son de tipo particular, mientras que las ubicaciones marcadas con color amarillo son aquellos lugares particulares en donde solo se puede apreciar el evento.

Los lugares patrimoniales, marcados en el gráfico con color celeste, son administrados por el municipio de la ciudad, en estos sitios se desarrollan la mayoría de eventos gratuitos, ya que por lo general son financiados por instituciones públicas y privadas, en este tipo de escenario no se permite el consumo de ningún tipo de alimento o bebida en su interior.

Por último los espacios abiertos, de color verde, son usados en la mayoría de los casos para el desarrollo de eventos organizados por instituciones públicas o privadas, que por lo general suelen estar abiertos al público en general.

Al final se puede apreciar una gráfica que muestra un área aproximada en donde se realizan los eventos, lo que nos ayudará a establecer un radio para cuando el usuario realice una búsqueda mediante nuestra aplicación.

Gráfico 9: Zonificación de centros y espacios culturales u ocio. Autor



2.3

Target

2

Usuarios Smartphone

En la actualidad el uso del ordenador ha ido disminuyendo gracias al fácil acceso a Internet desde los dispositivos móviles, estos objetos que se han convertido en parte indispensable de la vida de las personas. Según el estudio realizado con anterioridad solo el 10% de las personas encuestadas no disponía de un Smartphone mientras que el 90% restante sí; es por ello que al desarrollar una aplicación se debe dar prioridad a la tecnología de Smartphone, pero sin dejar de lado el ordenador.

Usuarios Android

En el medio actual nos vemos rodeados de usuarios de Smartphone, los mismos que tienen preferencia a alguno de los distintos sistemas operativos. El presente estudio demostró que el más utilizado en nuestro medio es el sistema Android, con un 73% de uso por parte de los encuestados; motivo por el cual el desarrollo de nuestra plataforma estará enfocado en este sistema, apegándonos a sus pautas y normas de interfaz.

Entre la generación Y a la generación Z

El rango de edad al que se enfoca la aplicación está constituido principalmente por dos generaciones, como lo son la “Y” y “Z”, ya que en estos grupos etarios existe un marcado cambio de actitud con respecto a la tecnología en la vida cotidiana, en relación a las generaciones previas; existiendo la necesidad de una constante conexión a Internet y a las redes sociales, además de tener presente la necesidad de adquisición de un teléfono inteligente para estar en ellas. Esta generación se caracteriza por compartir momentos vividos a través de redes y así destacar entre sus demás amigos el estilo de vida que llevan.¹

¹ Tomado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16585516>





2.3.1 Persona Design

A continuación con ayuda de la herramienta “Persona design”, desarrollaremos perfiles de usuario que incluyan hábitos e intereses ya que posteriormente serán ellos las personas para las cuales estará destinada la aplicación.

Mientras más real sea la actitud de las personas se obtendrán mejores resultados mediante esta herramienta, es necesario tener en cuenta que el desarrollo de la plataforma está vinculado con los resultados de nuestra investigación de campo y el contexto de nuestro proyecto, obteniendo a la final un modelo de usuario objetivo al cual la aplicación irá dirigida.

Andrés López | 23 años | Community Manager

Comportamientos:

- Él termina su jornada todos los días a las 6pm de la tarde
- Sale a eventos dos veces a la semana
- Él duerme alrededor de 6 horas diarias
- Es cuidadoso con los gastos en sus salidas
- Le gusta conocer gente nueva en los eventos

Necesidades y Objetivos:

- Quiere disfrutar la vida sin muchas responsabilidades
- Espera conocer a su pareja en algún evento
- Quiere des-estresarse por unas horas

Persona 1





Persona 2



Carla Alvarez | 20 años | Estudiante

Comportamientos:

- Por sus estudios solo puede salir el fin de semana
- Procura salir solamente con amigos de confianza
- Los gastos de sus salidas son cubiertos por su padre
- Le gusta ir a eventos masivos en donde estarán más conocidos

Necesidades y Objetivos:

- Quiere estar a la vanguardia en la tecnología
- Odia las filas al asistir a eventos grandes
- Quiere pasar ratos tranquilos con su enamorado
- Le gusta reunir a sus amigas para ir a algún lado

Andrea Cordero | 26 años | Odontóloga

Comportamientos:

- Está muy atenta con su imagen personal, si le afecta lo que digan los demás
- Revisa diariamente todos los eventos en su red social
- Evita entablar relaciones con compañeros de trabajo
- Se siente sola en cuanto a gustos musicales

Necesidades y Objetivos:

- No le importa el coste de los eventos
- Busca aprender y conocer cosas nuevas
- Quiere exclusividad al asistir a eventos
- Le gusta destacar de entre los demás

Persona 3





2.3.2 Escenarios de uso

Experiencia previa para utilizar la aplicación

Ha llegado el fin de semana y nuestros usuarios han terminado sus labores cotidianas, motivo por el que se reúnen con sus amigos para divertirse, pero una vez juntos existe la problemática del no saber que eventos sociales están ocurriendo en la ciudad; es bajo estas circunstancias cuando se presenta la pregunta: “¿Y ahora qué hacemos?”, la misma que aturde las mentes de las personas y aunque tengan la información en sus redes sociales es complicado realizar una búsqueda en ese momento.

Contexto de uso de la aplicación

La aplicación en su mayor parte de tiempo será utilizada fuera de casa, con redes Wifi débiles o datos móviles del usuario, pero principalmente en horario nocturno, ya que a esa hora cuando las personas buscan divertirse y se realizan la mayoría de eventos de relevancia.

Frecuencia de uso

La presente plataforma será el último recurso de diversión y a causa de ello se ganaría un espacio en la gran lista de aplicaciones en el teléfono del usuario, a pesar de que su uso no será regular pero si de mucha importancia. Además, el mostrar información actualizada hará que el usuario ingrese constantemente para saber que eventos se están organizando a su alrededor, aunque la frecuencia de uso también dependerá de cada usuario en particular.

Interacción continua o interrumpida

La interacción con la aplicación puede ser interrumpida, ya que el usuario puede cerrarla y volver a abrirla sin tener que configurar o ingresar nuevamente sus datos personales, esta decisión de diseño facilitará la adhesión de nuevos usuarios que buscan simplicidad en una plataforma de este tipo.

Nivel de complejidad

Ya que la aplicación dotará de información al usuario, está deberá ser simple y eficaz para entretener lo menos posible a los usuarios con un exceso en la información o información innecesaria.

Preferencias de Usuario

Un correcto manejo de diseño en la aplicación hará que los usuarios se sientan más cómodos, satisfaciendo sus deseos de una manera agradable y organizada, además de crear salidas inolvidables y experiencias únicas.

Expectativas de Usuario

La meta de la plataforma es tener usuarios que lleguen a sentirse agradecidos con la aplicación por haberle dado a conocer diferentes actividades que no se habría enterado de otra manera, además que con el tiempo estos lleguen a confiar en la marca e incluso lleguen a comprar sus entradas por medios digitales.



2.4

Partidos de Diseño

2.4.1 Forma

Estilo

Para cumplir con uno de los objetivos de la problemática es necesario el uso de estéticas simples relacionadas a estilos minimalistas, ya que esto eliminaría las distracciones de los usuarios, los mismos que se centraran en la información de una manera más rápida, organizada y sin divagaciones innecesarias.

Naming

Para llegar a la memoria de las personas tenemos que desarrollar un estudio de naming, analizando palabras que se vinculen con la funcionalidad del servicio, para obtener un nombre que ayude a la parte publicitaria y así comenzar a tener parámetros para el diseño posterior.

Tipografía

El uso de dos tipografías como máximo nos ayudará a generar dinamismo en la aplicación, ya que el uso de un número mayor podría crear distracciones en el ojo del usuario.

El uso de la tipografía Sans serif sería la mejor opción, ya que se ha demostrado que son las mejores para soportes digitales, en cuanto a forma y legibilidad. Las plataformas de desarrollo brindan la opción de usar tipografías predeterminadas por ellos y que las usemos en nuestra aplicación, además nos dan a conocer parámetros para tener en cuenta al diseñar la aplicación y tener mejores resultados.

Cromática

Para determinar la paleta cromática tendremos que tener en cuenta conceptos de la psicología del color y la información brindada por el target de este proyecto.

En el sistema Android el uso del color en sus aplicaciones es muy abierto, lo cual brinda una mayor libertad creativa al momento de diseñar la interfaz. De igual manera, este sistema nos brinda recomendaciones valiosas para un correcto uso de los colores en el diseño.



Iconos

Son los elementos gráficos que estarán vinculados con el estilo y la marca, se ubican sobre una retícula y serán los elementos que nos ayudarán a simplificar, optimizar y presentar la información en la interfaz.

Aunque algunos tipos de iconos ya están preestablecidos no es recomendable modificarlos en su totalidad, ya que un buen rediseño hará que el usuario a simple vista los reconozca y no se sienta perdido en la aplicación.

Lenguaje

Existen varias formas de comunicarse con el usuario, en esta aplicación siempre se tratará al usuario como nuestro amigo; por lo tanto es necesario el uso de expresiones ligeras, amigables y un poco informales, ya que nos serán de mucha ayuda para generar confianza entre el usuario y la aplicación.

Ilustraciones

Serán gráficos utilizados con la finalidad de que exista un mejor entendimiento por parte del usuario, lo cual generará una mejor experiencia al usar la aplicación. Estas ilustraciones podrán estar apoyadas con texto.

2.4.2 Función

Orientación

Es conocido que la navegación en un mapa puede ser un poco compleja para ciertos usuarios, por ello evitamos la función de rotación en la aplicación y así su uso será únicamente en sentido vertical, evitando problemas de usabilidad y navegación; además que de esta manera se podrá sacar un mejor provecho del formato usado para las artes publicitarias de los eventos que se promocionaran.

Login

El registro de un usuario nos ayudará para el proceso de compra de entradas y únicamente de esta manera se podrá realizar; pero esta función no debe ser obligatoria, ya que de todas formas el contenido podrá ser visualizado sin un registro, aunque las opciones de compra no estarán disponibles.

Opciones de categorización

Para organizar la información en la aplicación de mejor manera, la opción de crear categorías permitirá al usuario vincular sus preferencias con la aplicación, optimizando de esta manera su tiempo al segmentar la información en las búsquedas.

Contenido Actualizado

Una actualización constante y la exhibición de eventos que están sucediendo o que sucederán, ayudará a eliminar información inservible y creará en la mente del usuario la idea de que se preocupan por sus necesidades y que la aplicación siempre está en la vanguardia de la actualidad.

Vista previa de contenido

Consiste en permitir una búsqueda de información de manera superficial, mostrando únicamente la información necesaria.



Compartir contenido

Es necesario crear la posibilidad de que el usuario invite a más personas a probar la aplicación, ya sea directa o indirectamente, pudiendo ser a través de invitaciones a eventos gratuitos, mediante promociones o el obsequio de entradas a eventos pagados.

Entradas electrónicas

El avance de la tecnología permitiría que el usuario pueda ingresar a los eventos tan solo presentando su teléfono (que demuestre la compra de la entrada) y su identificación, reemplazando de esta manera el uso de métodos tradicionales.

Métodos de pago

Al igual que en las entradas electrónicas, la tecnología ofrece la alternativa de realizar compras mediante transferencias bancarias. Este método cuenta con el inconveniente de que en nuestro medio la mayoría de usuarios no cuenta con una tarjeta de crédito o los medios para realizar un pago electrónico.

2.4.3 Tecnología

Materiales y Software

En etapas iniciales del desarrollo del diseño serán indispensables materiales como hojas y lapiceros para desarrollar bocetos de las propuestas que se determinen.

Software de Diseño

El uso de herramientas digitales será indispensable para el desarrollo de diseños más elaborados, entre estas herramientas están Adobe Illustrator y Adobe Photoshop, las mismas que se utilizarán para digitalizar las ideas. Para la realización de pruebas de prototipo se podrán utilizar herramientas como InVision o Uxpin, estas simulan la aplicación de manera privada para poder observar el resultado final previo a la publicación de la misma.

Plataforma

La aplicación será desarrollada únicamente para sistemas Android, ya que en la encuesta realizada se determinó que la mayoría de usuarios en nuestra ciudad utiliza este sistema. Posteriormente se podrá desarrollar la aplicación para los demás sistemas, pero para este proyecto únicamente nos enfocaremos en el sistema Android.

Lenguaje de desarrollo

Al estar enfocada para Android la aplicación tendrá que ser desarrollada en lenguajes como JavaScript, HTML5 y CSS.

Base de Datos

El uso de las bases de datos es necesario para una mejor organización de la información que se maneje en la aplicación.

Geolocalización

Se podría hacer uso de mapas de algún proveedor, como puede ser Google Maps, Hero, Wego, etc.; las mismas que mostrarán al usuario la localización del evento deseado.

SDK

El uso de SDK en nuestra aplicación nos ayudará para vincularla con más aplicaciones y tener un mejor desenvolvimiento de la misma.

CAPITULO 3

Manos a la obra

3.1

Plan de negocios

Producto

Promoción de eventos dentro de una plataforma digital para sistema Android.

Precio

El coste de publicar un evento dentro de nuestra aplicación no tendrá ningún valor, ya que esta información estará visible hasta 24 horas antes de que se desarrolle el evento, posterior a eso la información será eliminada.

Por otra parte el coste de promocionar un evento dentro de nuestra aplicación tendrá un valor aproximado de \$100.00, el cual es un valor equivalente al coste de realizar publicidad por medios tradicionales, como hojas volantes, posters en carteleras, trípticos, etc.

Otro ingreso para la empresa estará enfocada en ubicar publicidad dentro de la aplicación estratégicamente, tal manera que sea visible pero que no genere molestias al momento de usarla.

Plaza

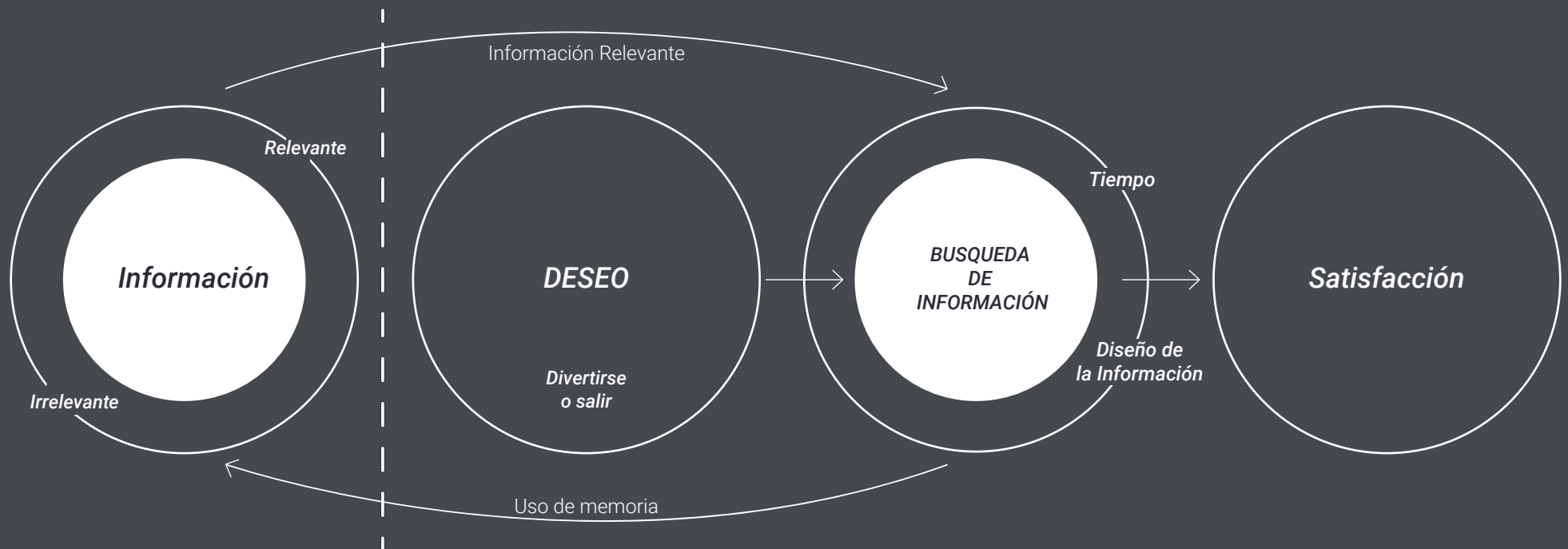
El cliente tendrá que acceder a nuestra página web para adquirir de nuestros servicios de promoción para su evento.

Promoción

Para la promoción de la aplicación se desarrollarán campañas publicitarias en la ciudad, enfocadas a una publicidad guerrilla.

Otro método consiste en hacer presentaciones de la aplicación en los mismos eventos que estamos promocionando, lo cual dará a conocer la aplicación al público en general.

Al promocionar la aplicación por redes sociales, no será por medio de post sino por medio de transmisiones en vivo de los eventos; de esta manera se diferenciará de la publicidad convencional y dará a conocer nuestro servicio a las personas desde donde se encuentre.



3.2

Diseño de la Información

3

Splash

Esta pantalla es necesaria para el fortalecimiento de la marca, básicamente es una pantalla que se muestra al iniciar la aplicación, en donde estará ubicada la marca con el eslogan, sin más información para no distraer al usuario. Además que esta pantalla será visualizada por un tiempo máximo de tres segundos.

Login o Registro

Necesitamos que las personas se registren en nuestro sistema, pero hacerlo no será obligatorio, por ello es necesario un botón que omita el registro, dando así al usuario una salida rápida a este paso.

Para el registro tendremos dos opciones, la primera que sea la vinculación con la cuenta de Google y la segunda mediante una cuenta de Facebook. Además que deberá existir una opción de inicio de sesión para los usuarios que ya se han registrado anteriormente.

También se debe colocar la opción de recuperar la contraseña en caso de que el usuario se haya olvidado la misma, añadiendo en la parte inferior de la pantalla las condiciones y reglas de nuestra aplicación.



Olvido de contraseña

En la pantalla se solicitará al usuario que coloque su correo para poderle enviar su contraseña, además de ser necesario el enviar un mensaje de confirmación para que revise su correo luego de haber enviado la petición.

Categorías

Determinamos que las personas se aburren al estar presentes delante de tanta información durante una búsqueda, por ello un punto importante en la aplicación la categorización de los eventos; creando distintas formas de categorías, las cuales fueron desarrolladas pensando en los escenarios de uso o situaciones de uso de la aplicación analizada anteriormente.

Categorización según el tipo de evento: Es la categorización más común que se ha venido usando hasta el momento y como muchos de los usuarios están acostumbrados esta, no podemos eliminarla ya que crearíamos una confusión en ellos.

Categorización según el usuario: Pensando en el usuario y sus ganas de asistir a un evento vimos la necesidad de crear esta categorización que se basa en mostrar eventos según con quien o quienes se encuentre o si se encuentra solo; ayudando con una búsqueda según su situación y a la vez generando animo en él, mostrando al usuario que hay eventos para todo tipo de situaciones.

Mostrar todos: Esta opción se la colocará pensando en los usuarios que tan solo quieren saber que eventos hay en la ciudad, también en aquellos que prefieren evitar la búsqueda entre diferentes categorías y prefieren ver todos los eventos en el mapa, e incluso en aquellos usuarios con bastante tiempo a su disposición.

Pantalla Inicial

Aquí el usuario tendrá la posibilidad de acceder rápidamente a las funciones más importantes como son: Botón actualizar, contenido, las categorías, el tiempo, menú perfil y Sección promociones; todos estos elementos gráficos estarán sobre un mapa según la ubicación del usuario, ayudando al usuario a ubicar la proximidad en distancia de cada evento.

Duración de contenido

Muchas de las plataformas de eventos nos muestran una infinidad de eventos que sucedieron e incluso que sucederán en un periodo futuro. Pero ¿Necesitamos esta información en realidad?, Anteriormente determinamos que mucha de la información es irrelevante para nuestra vida diaria e incluso puede confundir al usuario y este podría terminar por olvidando todo.

Es común que el usuario piense que mientras más información tenga a la mano es mejor, pero ¿Qué pasa cuando únicamente se necesita solo ver lo necesario?; es ahí el problema que se ha venido analizando durante el presente proyecto.

Por ello en nuestra aplicación los eventos que ya se realizaron serán eliminados y los eventos que van a suceder solo se mostraran según la proximidad del evento y el tiempo que el usuario haya elegido; ya que tenemos varios escenarios de uso y son los siguientes:

Ahora: Muestra los eventos que están sucediendo en ese momento o que están por comenzar con una proximidad de 30 minutos. Este tiempo fue desarrollado para crear una intriga en el usuario y hacer que ingrese frecuentemente a la aplicación. Por otra parte estamos brindando información de manera inmediata y actualizada que era uno de los objetivos de la aplicación.



Más luego: Muestra los eventos que se van a desarrollar dentro de 4 horas aproximadamente. Debemos entender que las personas cuando piensan salir lo planifican y organizan entre ellas, por ello con este tiempo las personas podrán alistarse y asistir de una manera espontánea pero un poco más organizada.

Mañana: Enfocado en eventos familiares o tan solo en personas que no pudieron salir en ese día, entonces le mostramos al usuario todos los eventos que van a realizarse al día siguiente, un tiempo razonable para planificar la salida de la manera más relajada.

Vista previa de Eventos

Pensando en las personas que no pueden navegar fácilmente un mapa, fue desarrollado una forma de búsqueda más fácil en sentido horizontal, brindándole información de cada evento mediante la exposición de información esencial mediante:

Arte: Para que el usuario reconozca visualmente el evento que quizás estaba buscando o sienta interés por el arte e ingrese a revisar más sobre el evento.

Título: Nombre del evento

Hora: Mostrando al usuario la duración del evento según la hora de comienzo.

Costo: Información importante si el usuario depende de más personas para ir al evento.

En esta parte también se añadirán botones muy importantes, como son el de compartir, retroceder o “Ver Más”; los mismo que están vinculados con las acciones que quiere realizar el usuario.

Compartir: Esta opción se vio necesaria si el usuario quiere compartir el evento a través de otra aplicación o red social para ir en compañía.

Retroceder: El usuario puede sentir que no está en un evento de su interés, por lo que el uso de un botón para salir de la búsqueda será de gran ayuda, ya sea a la ventana previa o a la pantalla principal de la aplicación.

Ver Mas: Esta opción nos llevará a la siguiente pantalla, en donde el usuario podrá encontrar más información acerca del evento de su interés.

Evento

Ingresamos en una nueva pantalla en donde el usuario podrá visualizar toda la información acerca del evento de su interés con más detenimiento, pudiendo observar:

Arte: Es la parte principal de esta pantalla ya que generan dinamismo en la aplicación.

Título: Nombre del evento

Hora: Hora de inicio del evento

Lugar Ubicación mas detallada de donde se esta realizando el evento.

Costo: Valor por el ingreso al evento.

Descripción: Texto en donde se relatará un poco mas lo que comprende el evento.

En la parte inferior de la pantalla estará un botón que brindará la opción comprar la entrada para el evento o no aparecerá en aquellos casos que el evento sea gratuito.

Promociones

Analizando la función principal de la aplicación junto con el comportamiento de los usuarios, se vio oportuno el implementar una pantalla en donde se muestre información que haga que el usuario se sienta beneficiado de usar la aplicación, para ello se creó la opción de promociones.



Compra de Entradas

Comprende una lista desplegada de forma horizontal, en la cual se mostrarán los boletos que están disponibles junto con la información respectiva del evento.

Mis Boletos

Si el usuario no tiene boletos adquiridos esta pantalla mostrará un mensaje que lo enviará a la pantalla de comprar entradas, pero si el usuario ya adquirió entradas aquí estarán presentadas junto con información pertinente para hacer uso de la misma al momento de asistir a los eventos.

Ayuda

Esta sección estará llena de preguntas que estarán divididas en secciones dependiendo el tipo de consulta que necesite el usuario. Se optó por esta forma de ayuda para el usuario sienta que no es el único que necesita ayuda acerca de ese tema en concreto.

Confirmación de compra

Cuando una persona compra por Internet siempre tendrá algo de temor por su dinero o por la incertidumbre de no saber si se realizó la compra o no, por ello el mostrar una confirmación después de realizar la compra hará de nuestros clientes se sientan tranquilos.

Sin Conexión

Varios usuarios ingresarán a la aplicación sin una conexión a Internet, motivo por el cual será necesario explicar que el servicio es únicamente con una conexión a Internet. Por ello necesitamos decirle amigablemente que se conecte a Internet para mostrarle los eventos.

Publicidad

En cuanto a la publicidad en la aplicación se debe tener mucho cuidado, ya que puede afectar a la usabilidad y a la experiencia del usuario, generando molestias en los usuarios por ello determinamos dos espacios para la colocación de publicidad.

La primera sección en donde aparecerá la publicidad será cuando: el usuario actualice la información, una pantalla se deslizará de la parte superior mientras se actualiza el contenido y el botón está animado.

La segunda sección en donde aparecerá publicidad será cuando: el usuario acceda a una pantalla específica de algún evento, una página pop-up full screen aparecerá con publicidad., que puede cerrarse automáticamente o a petición del usuario

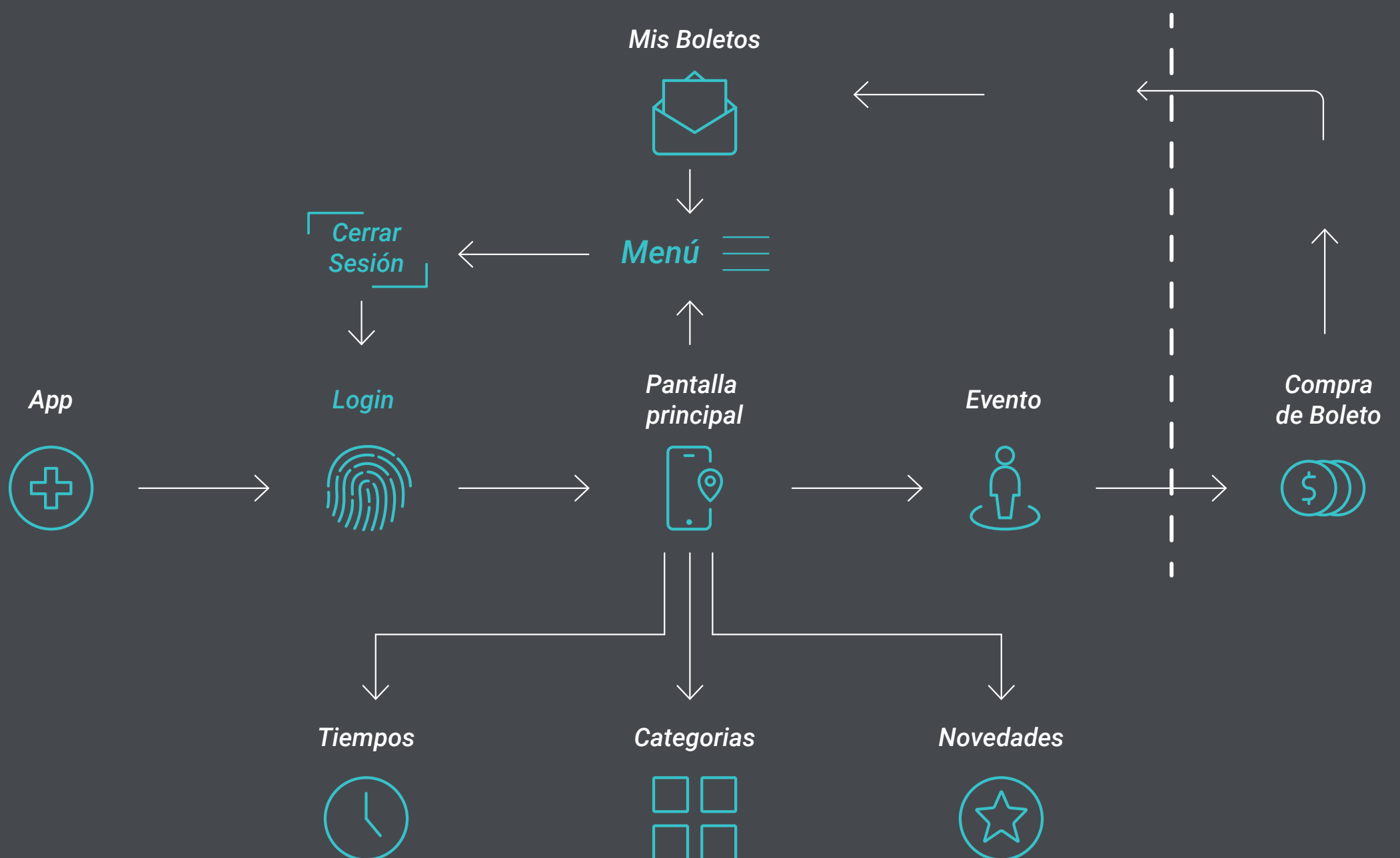


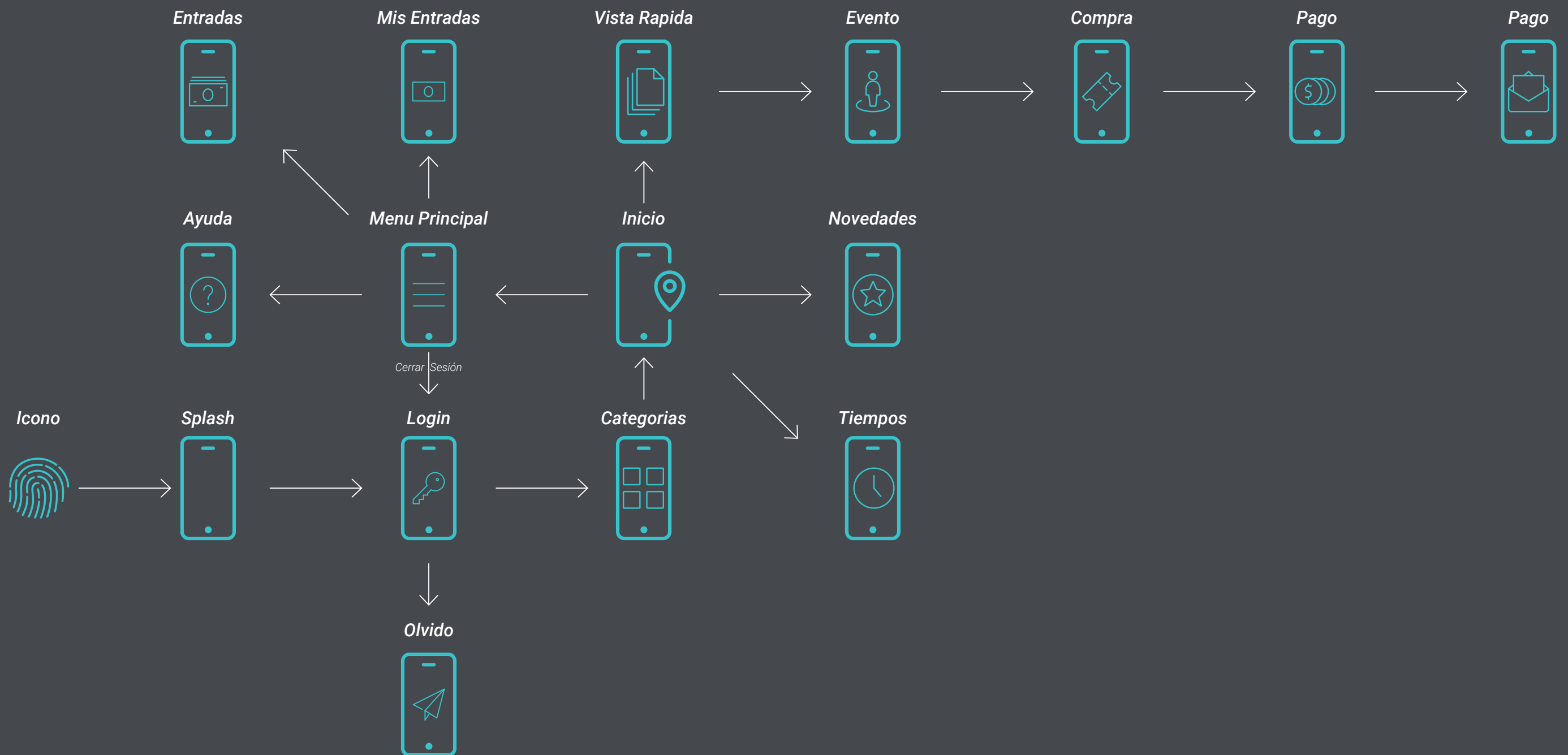
3.2.1 Arquitectura de la Información

Concretando la información necesaria para el mejor desempeño de la aplicación ante los usuarios, pasamos a la organización de la misma teniendo en mente las necesidades del usuario que utilizará la aplicación.

Aquí es en donde se comienza a unir toda la información y se desarrollan los esquemas para un mejor entendimiento al momento de diseñar cada una de las pantallas de la aplicación, tomando de referencia desde el momento en el que el usuario pulsa nuestro icono en el menú hasta que el usuario ingresa a la aplicación para ingresar a un evento.

El omitir una etapa en este paso hará grandes fallas en la navegación del usuario.



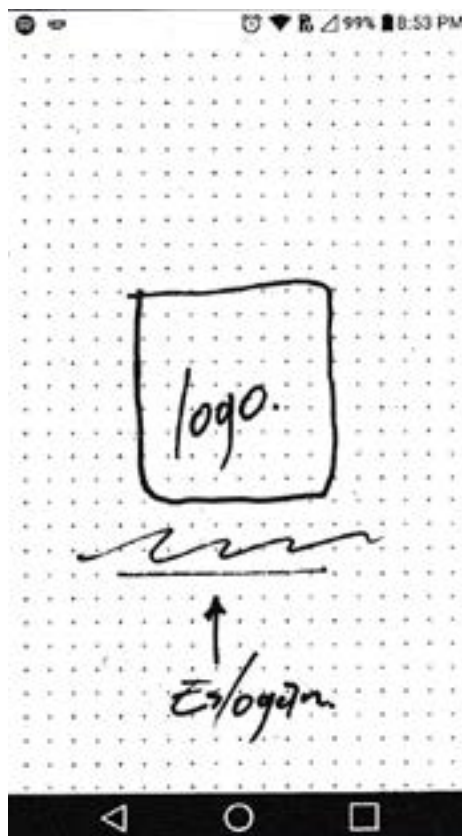




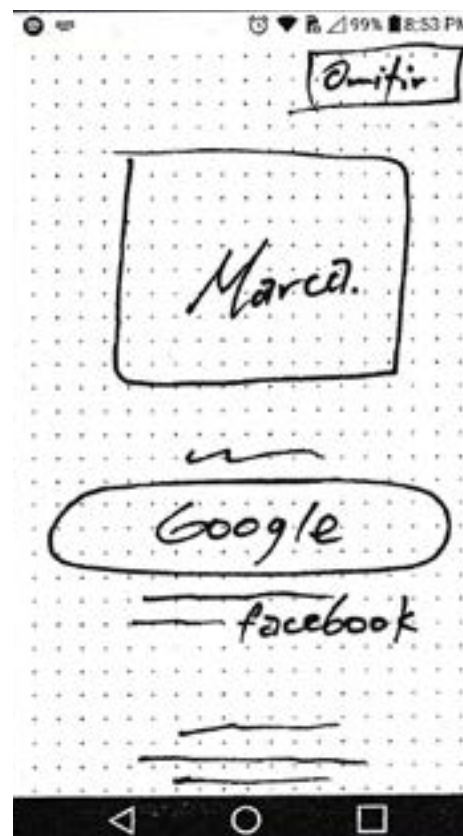
4

3.2.2 Diseño de la Interfaz

Comenzamos a diseñar lo que sería la interfaz gráfica de nuestra aplicación, aquí no hace falta ser minucioso en los detalles, ya que en este paso necesitamos pensar en los elementos de la pantalla y sus proporciones.

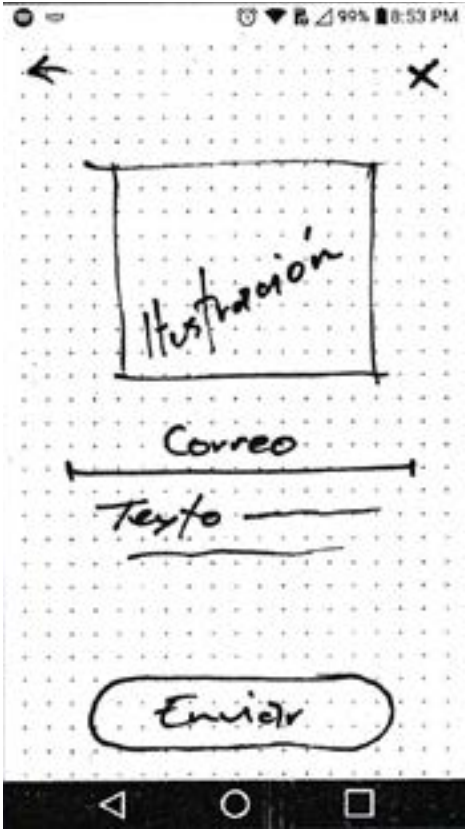


Pantalla Splash

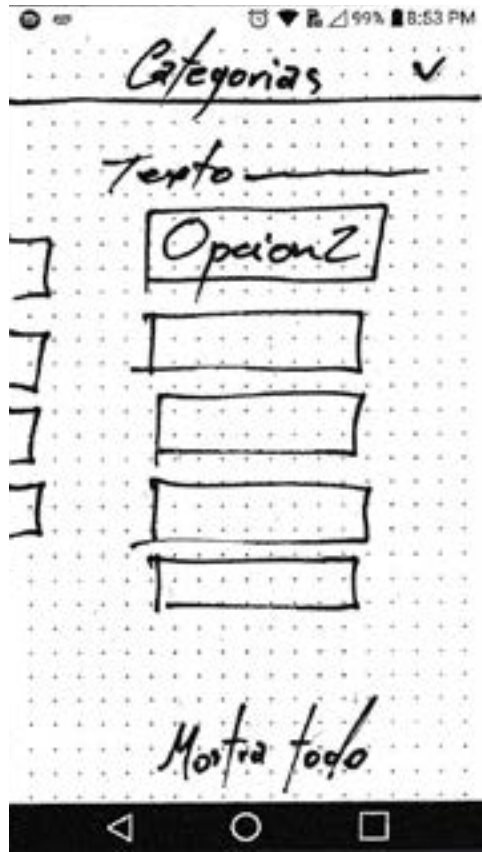
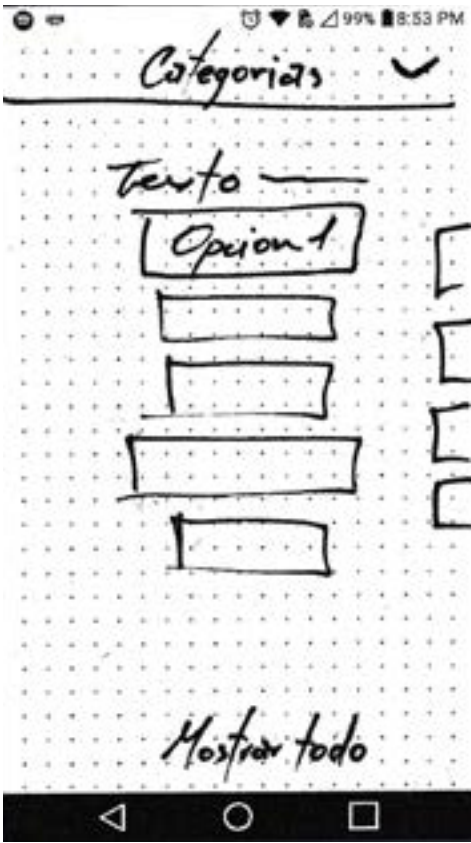


Pantallas Login





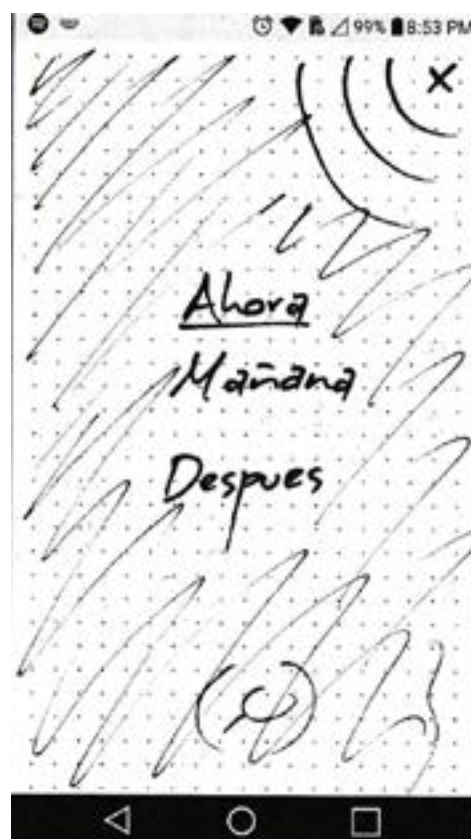
Pantalla Olvido Contraseña



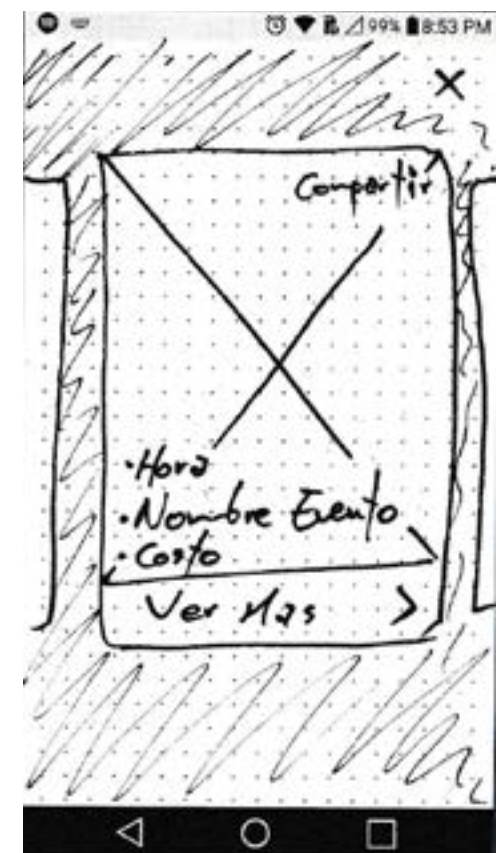
Pantallas Categorías



Pantalla Principal

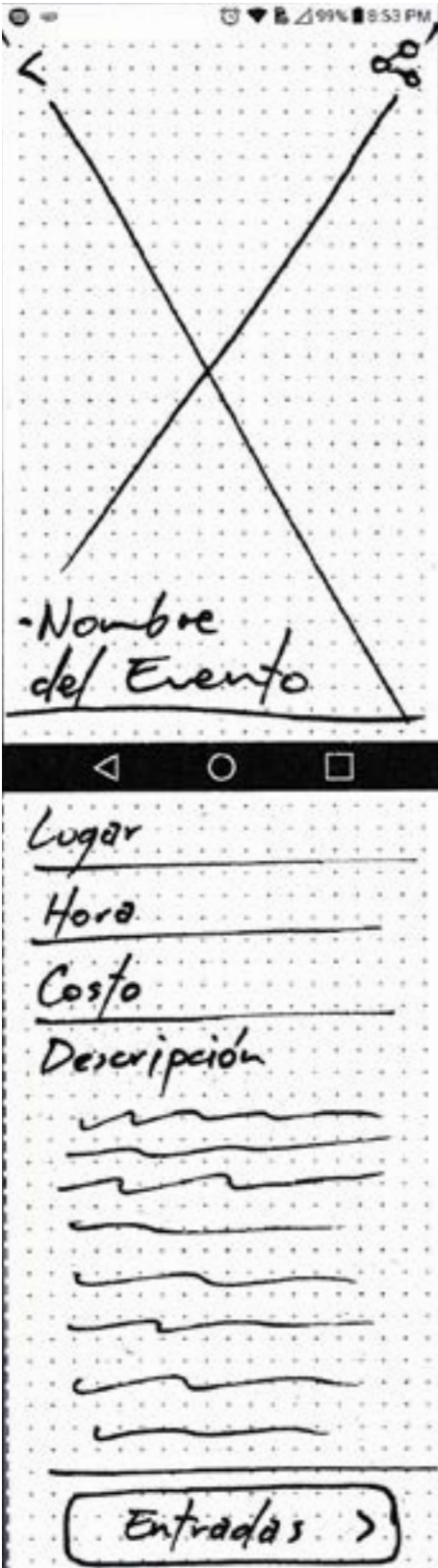


Pantallas Duración de Contenido

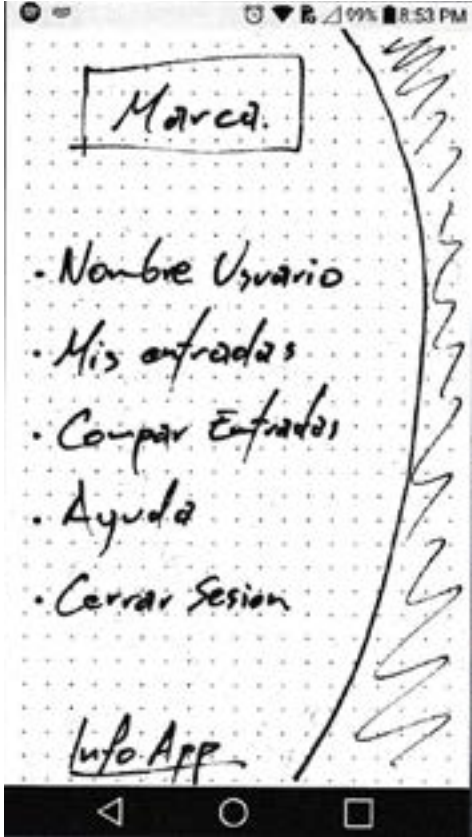


Pantallas Vista Previa de Eventos

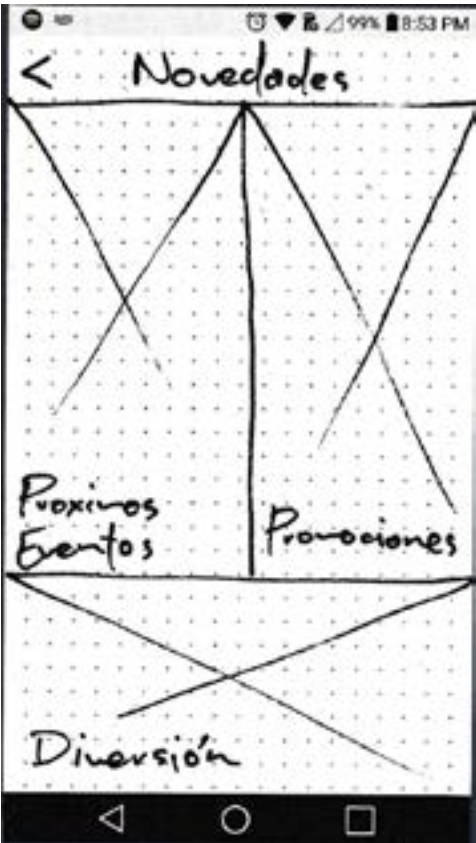
Pantallas Evento Completo

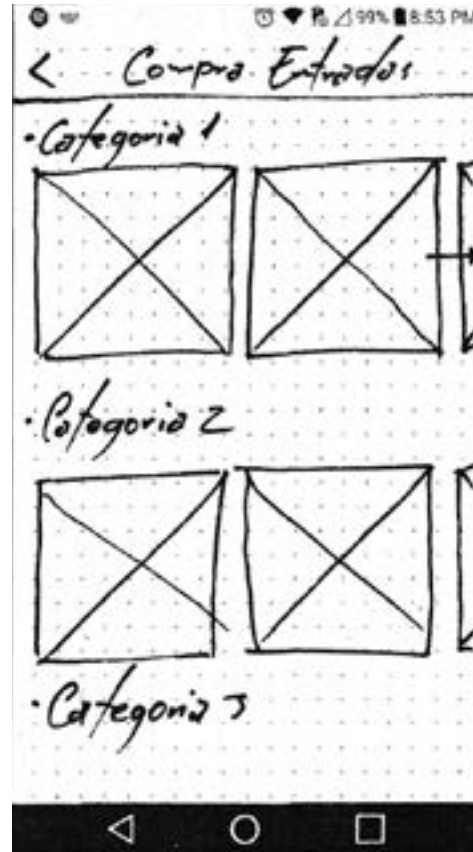


Pantalla Menú Principal

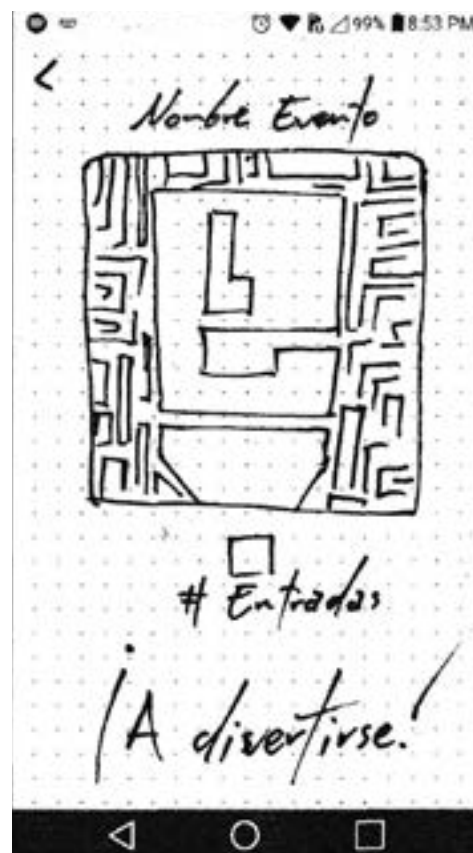


Pantallas Novedades

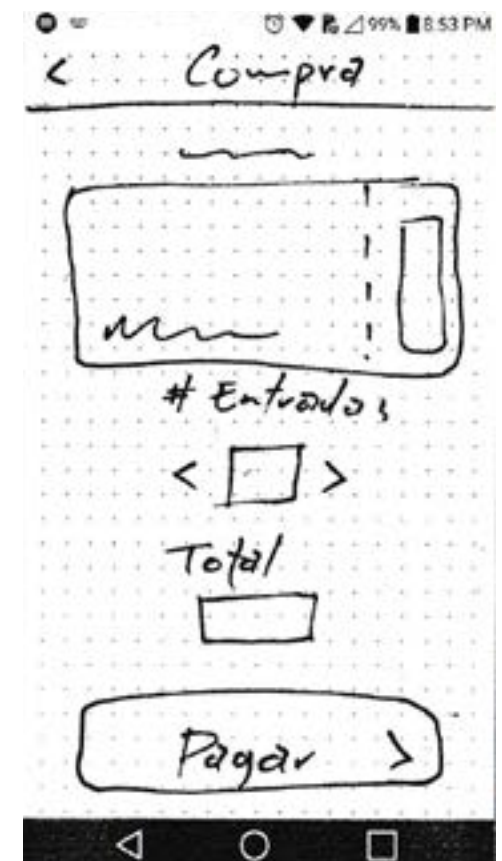




Pantalla Compra de Entradas



Pantallas Contenido de Entrada



Pantallas Transacción de Compra



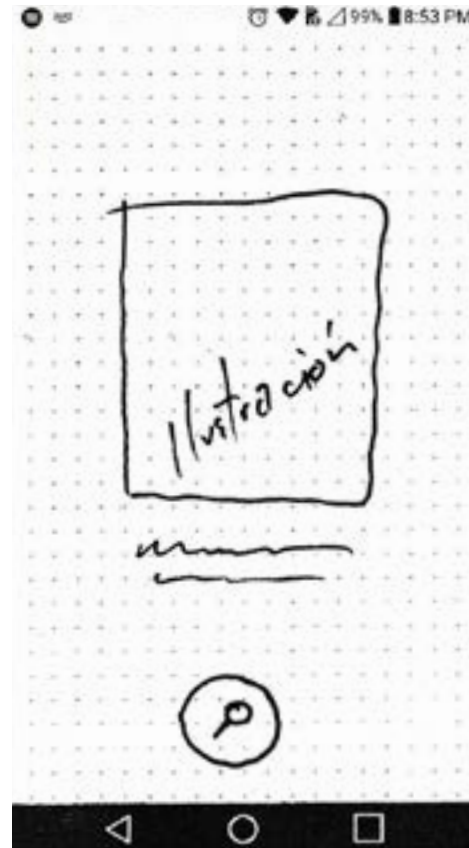
Pantalla Confirmación de Compra



Pantallas Mis entradas Vacío



Pantallas Mis entradas



Pantalla Sin Conexión

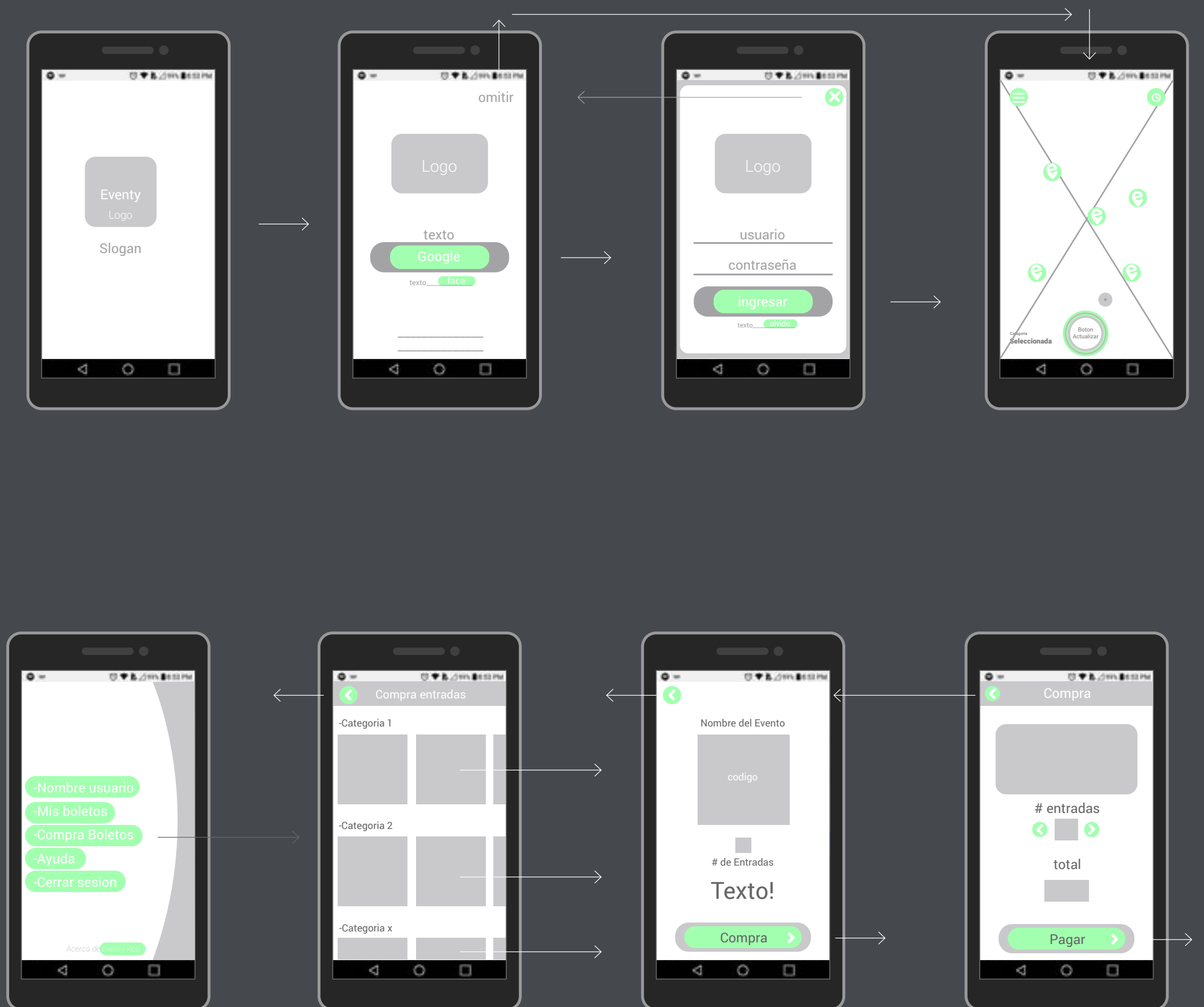


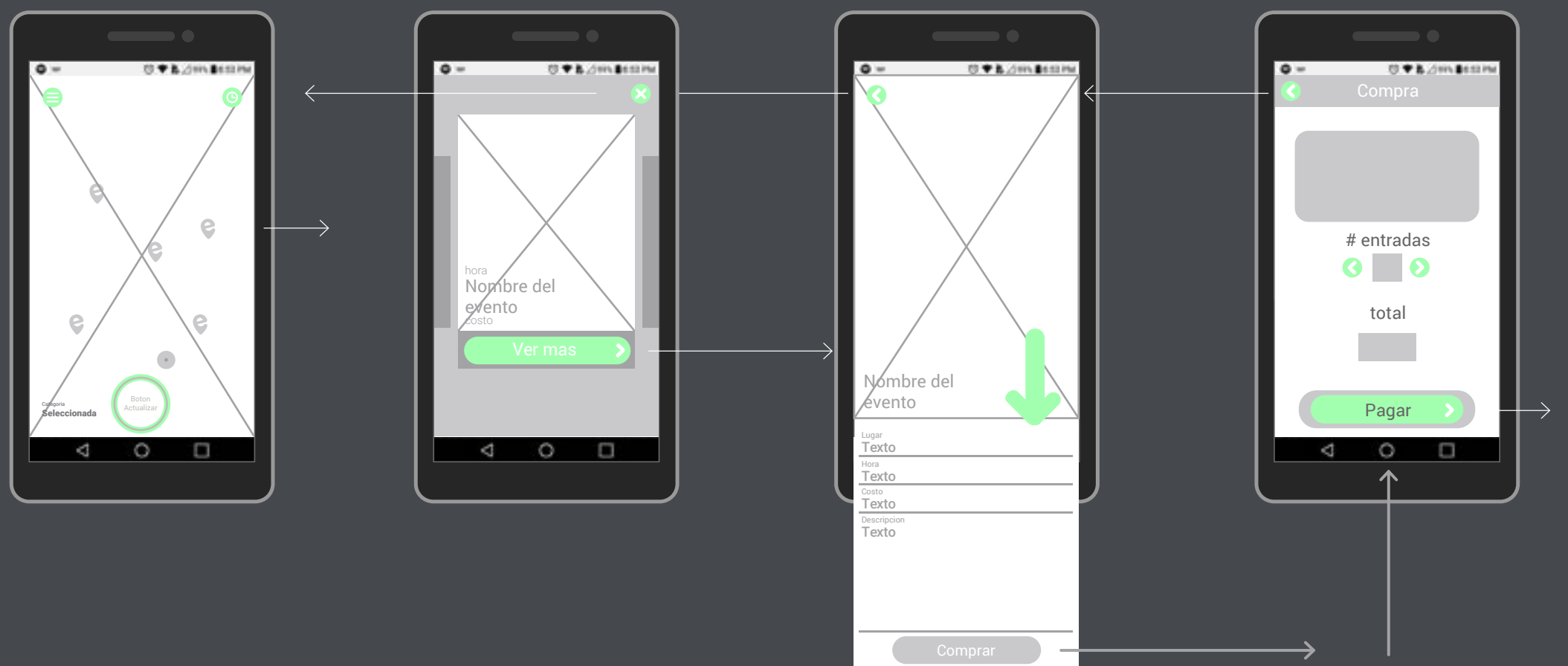
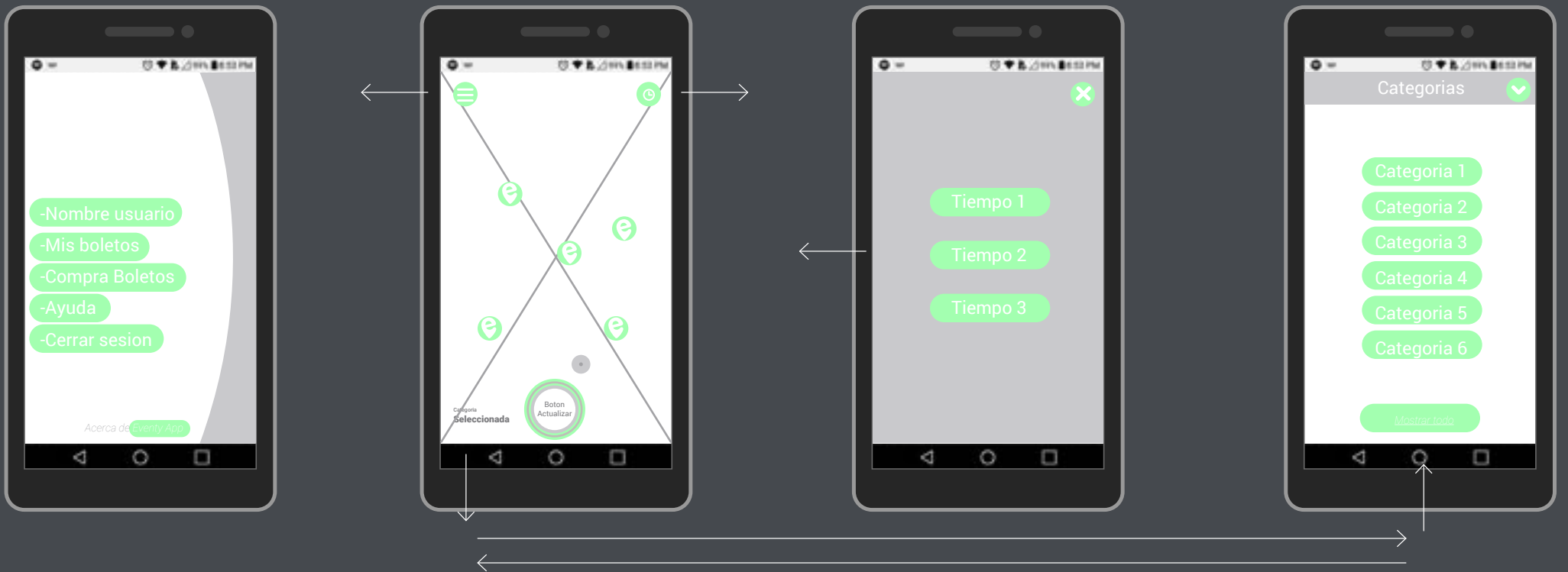
Pantallas Espacios Publicitarios



3.2.3

Diseño de la Navegación





3.3

Diseño Visual

5 

Una vez obtenida la información, se procederá al desarrollo de la parte gráfica de nuestro proyecto haciendo uso de los parámetros determinados en el capítulo dos por las investigaciones del capítulo uno.

3.3.1 Naming





3.3.2 Branding Logotipo



eventy



Eslogan

eventy

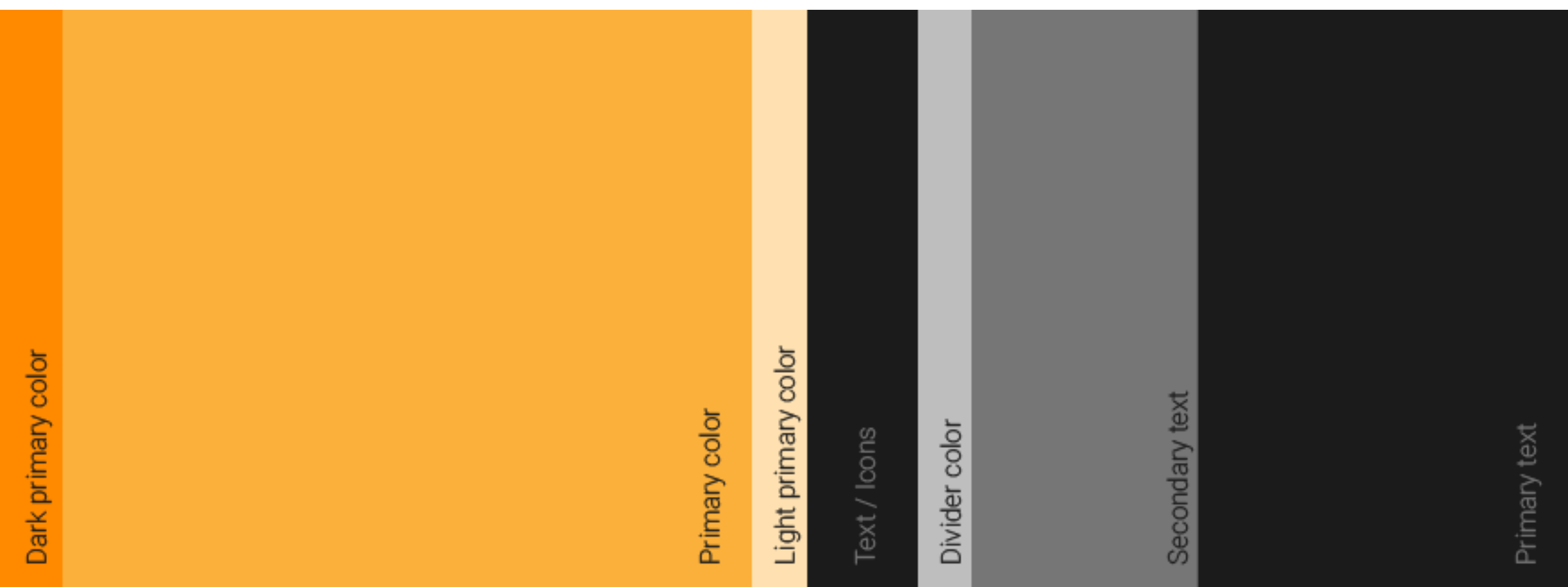
Siempre habrá un lugar para **divertirse** .

Siempre habrá un lugar para **sonreír** .

Siempre habrá un lugar para **compartir** .

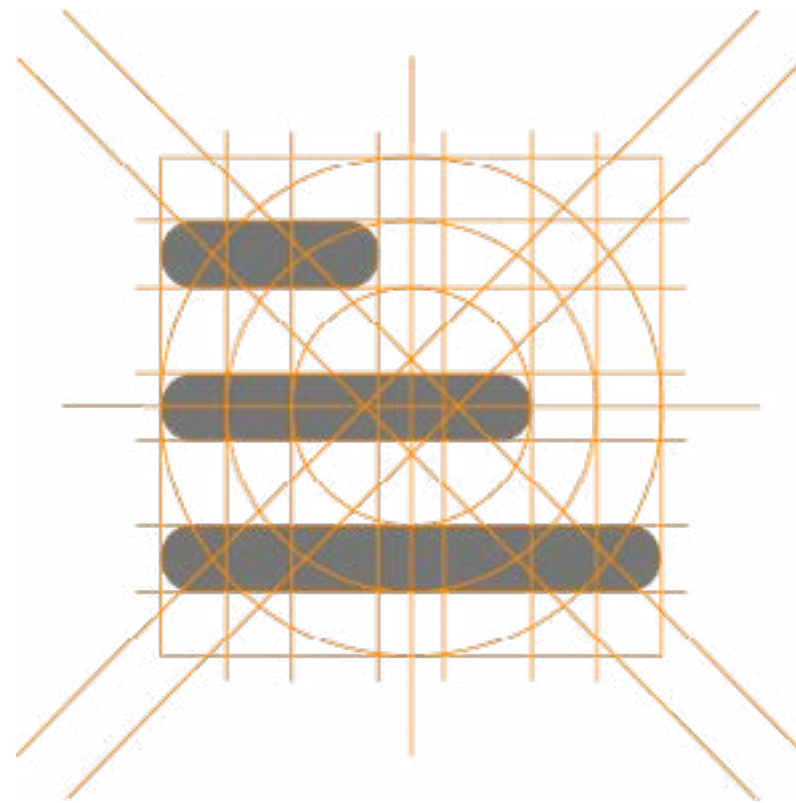
Siempre habrá un lugar para **vivir** .

3.3.3 Cromática





3.3.4 Diseño Iconos Retícula - Iconos



MENU



CHECK



CARGANDO



CATEGORIAS



BUSCAR



TIEMPO



CONFIGURACIÓN



ENTRADA



ENTRADAS



ABAJO



DERECHA



AYUDA



MAS



CODIGO QR



NOVEDADES



FAVORITOS



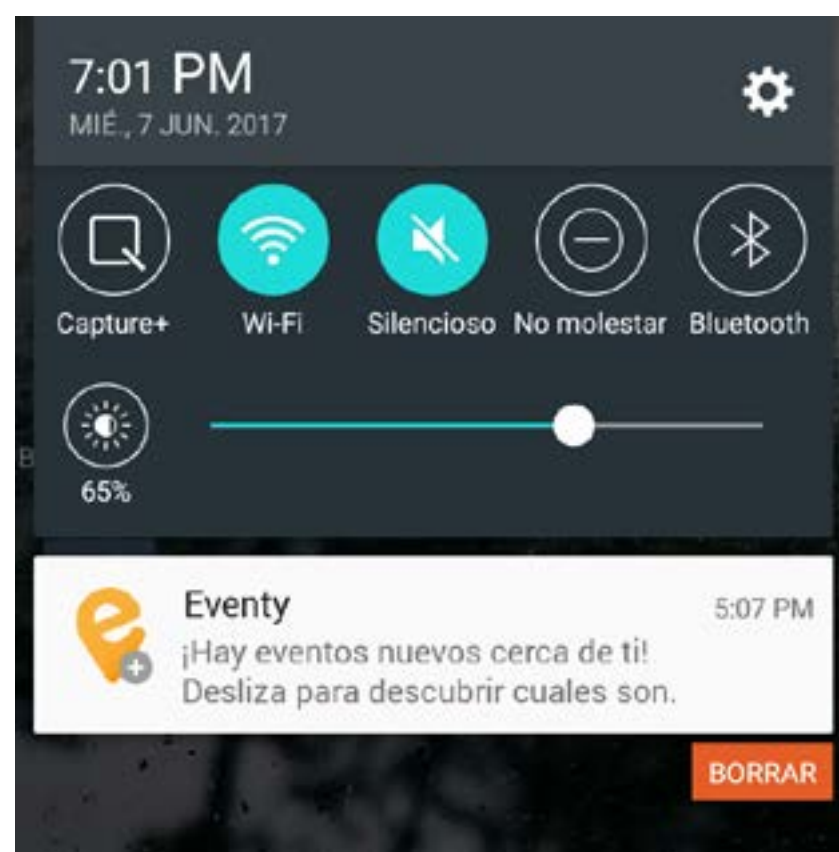
GPS



Icono Principal



Notificaciones



3.3

Diseño Final



Siempre habrá un lugar
para **compartir**.

Pantalla Splash



OMITIR



INICIAR SESIÓN

No publicamos nada
Al continuar aceptas nuestros [Términos de servicio](#) y [Política de privacidad](#)

Pantallas Login



Inicia sesión en tu cuenta de
Correo y contraseña para conectarte
con Eventy

USUARIO

CONTRASEÑA

Iniciar sesión

¿Olvidaste la contraseña? [Click Aquí](#)

eventy



Pantalla Olvido Contraseña



Pantallas Categorías





Pantalla Principal



Pantallas Duración de Contenido



Pantallas Vista Previa de Eventos

Pantallas Evento Completo



Pantalla Menú Principal



Pantallas Novedades





Pantalla Compra de Entradas



Pantallas Contenido de Entrada



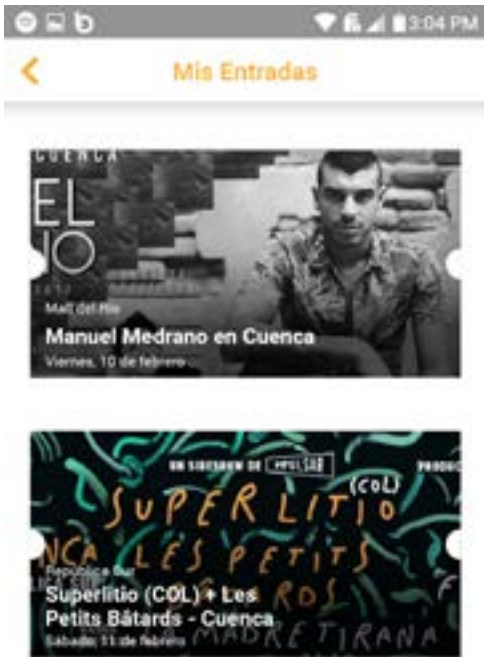
Pantallas Transacción de Compra



Pantalla Confirmación de Compra



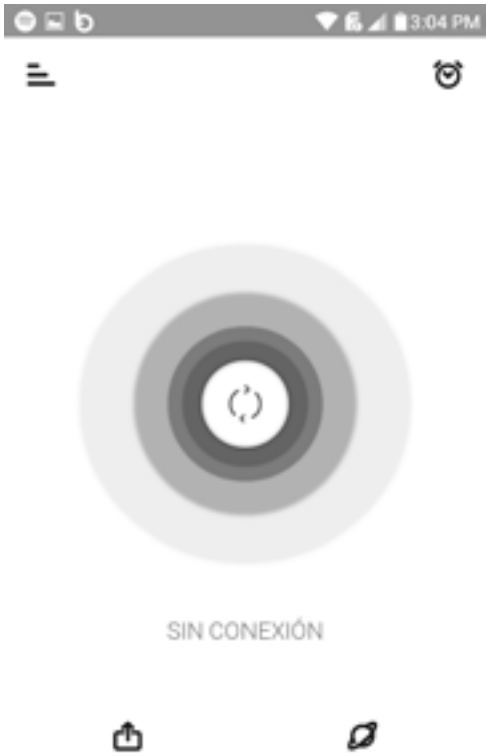
Pantallas Mis entradas Vacío



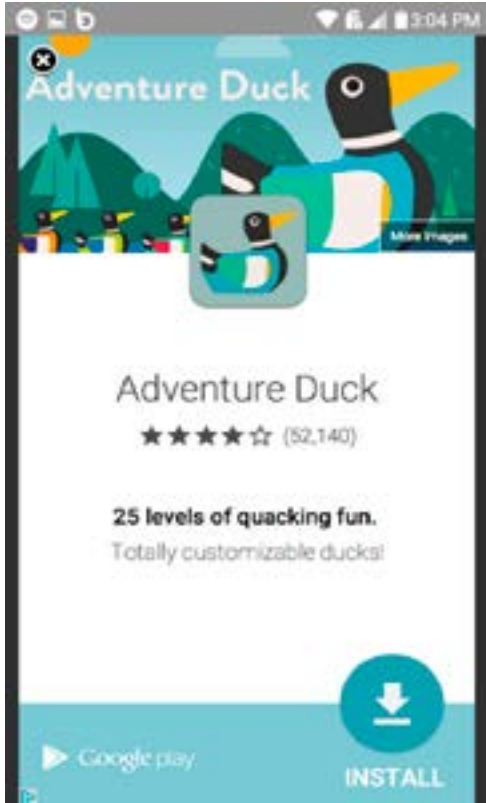
Pantallas Mis entradas



Pantalla entrada digital



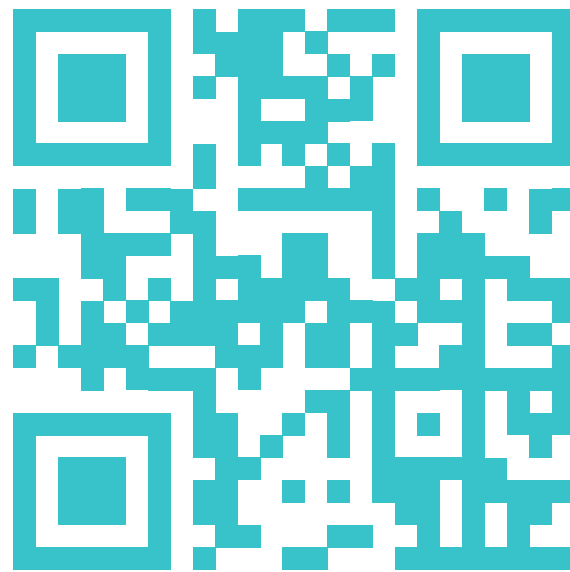
Pantalla Sin Conexión



Pantallas Espacios Publicitarios



PROTOTIPO



Escanea este código QR para acceder al prototipo final de la aplicación

<https://invis.io/QZC8D2HBP>

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Aprendimos mas de la
cuenta



Llegando al final de este proyecto, podemos llegar a atribuir conclusiones alusivas a los temas que tuvieron más relevancia en el transcurso de investigación, análisis y desarrollo de nuestra aplicación.

El realizar una investigación sobre los temas que se vinculan con el diseño de interfaz y experiencia de usuario fueron de mucha importancia, ya que sin ella el desarrollo de la aplicación hubiera sido tan superfluo, llegando a ser una molestia para los usuarios. Por otra parte entender más afondo como se desempeña la información con la memoria, nos ayudó a llegar a una mejor solución ante las situaciones de uso del usuario y a un mejor manejo de la información dentro de la aplicación.

El profundo análisis de homólogos, en donde observamos los puntos fuertes y débiles de las aplicaciones que sirvieron de referencia en nuestro proyecto, nos sirvió de apoyo para saber qué es lo que ayudaría y que no durante el desarrollo de la aplicación. Después se realizó un análisis de campo, en el cual se obtuvo datos que nos ayudaron a entender cuál es la situación actual de los eventos de la ciudad, aclarando dudas, eliminando hipótesis y concretando las problemáticas expuestas con anterioridad. Por otra parte el uso de herramientas de diseño como persona de-sign y el desarrollo de escenarios de uso, fueron los cimientos para determinar el público objetivo o target para el que iba a ser desarrollada nuestra aplicación.

Por último, en cuanto al proceso de diseño llegamos a determinar que el desarrollo de un proyecto sin una previa investigación y análisis, dificulta el trabajo del diseñador, ya que no están claros las directrices y se termina diseñando productos a gustos personales.

Como conclusión general podemos decir que la influencia del diseño en los productos digitales es de tal importancia que no puede pasar desapercibido en ningún momento, ya que actualmente la competencia digital es tan grande que son los pequeños detalles los que marcan la diferencia entre una aplicación exitosa y una genérica del montón.

Para terminar, anhele brindar dar una recomendación a todos los lectores de este proyecto, ya que me ayudó en el planteamiento de este proyecto y sin ella este sería un proyecto más dentro de la estantería: La inspiración vino de reconocer un problema en las personas, pues estamos rodeados de mucha gente todos los días, pero los pensamientos nos invaden, dejándonos ciegos al mundo real, impidiéndonos ver más allá, ver las cosas que las personas normales no llegan a ver. Detente, deja en limpio tu mente y comienza a pensar en todas las acciones que realiza una persona ante un producto; cuestionate todo lo posible ya que mientras más te cuestiones, más rápido podrás llegar a reconocer un problema; es aquí donde comprenderás por qué las personas actúan de cierta manera y terminarás dándote cuenta de lo que está mal y a partir de ello tú podrás desarrollar mejores soluciones para así ayudar a las personas y hacer su vida más organizada y rápida.

CONTENIDO DE

Anexos



Formato de Encuesta Nro. 1

- Eventy -

1. Creando una nueva manera de encontrar diversión

Todos los eventos de arte y cultura de tu ciudad en una sola aplicación...

Encuesta que tiene como objetivo saber sobre los eventos de tu interés y como te enteras de ellos; Ayúdanos contestando estas preguntas para diseñar la aplicación pensando en ti!

Gracias por ayudar al desarrollo de este proyecto de titulación.

1 ¿Cuál es su género? 


- ☐ Femenino
- ☐ Masculino

2 ¿Cuál es su rango de edad? 

- ☐ 15-17
- ☐ 18-20
- ☐ 21-25
- ☐ 26-30
- ☐ 31-35
- ☐ 35 o más

3 ¿A qué tipo de eventos le gustaría asistir en su tiempo libre? Elige al menos 3 opciones 

- ☐ Cine
- ☐ Fiestas
- ☐ Obras de teatro
- ☐ Sinfónicas
- ☐ Conciertos
- ☐ Exposiciones
- ☐ Fiestas rurales
- ☐ Otra actividad: Cuéntanos sobre ella(s)

4 Como compra las entradas a sus eventos preferidos? 

- ☐ Puntos de venta
- ☐ Internet




- Eventy -

2.


5 ¿Como se entera sobre los eventos artísticos y culturales? Elige 3 opciones 

- ☐ A través de redes sociales
- ☐ Busco en internet o sitios web
- ☐ En afiches publicitarios
- ☐ Por radio - televisión - Periódicos
- ☐ Por aplicaciones móviles
- ☐ Por el boca en boca
- ☐ Otro: Cuéntanos de qué otra forma te enteras

6 ¿Cuánto dinero gasta en promedio cuando sale a disfrutar de un evento, sin contar el coste de la entrada? 

7 Señale: ¿Cuál es su motivo de ir a algún evento? 

- ☐ Pasar tiempo con tu pareja
- ☐ Pasarla entre amigos
- ☐ Conocer mas personas
- ☐ Aprender cosas nuevas
- ☐ Solo por no pasar en casa

8 ¿Que redes sociales eliges para compartir lo que sucede durante el evento? Puedes elegir hasta 3 opciones 

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Snapchat
- ☐ Youtube
- ☐ Ninguna
- ☐ Otra: Cuéntanos que otra red social usas:



Formato de Encuesta Nro. 2

Eventos en facebook

Encuesta que tiene como objetivo hacer un análisis de lo que corresponde a la información sobre eventos en la red social Facebook

1. ¿Cuántos eventos de facebook recuerda en este momento? 

0 50

2. ¿Sabe donde se encuentra la sección de eventos en Facebook? 

- ☐ Si
☐ No

3. ¿Cuántos eventos de su interés están presentes en su perfil? 

0 50

4. ¿Numero de eventos disponibles populares en su red? 

0 100

5. ¿Cuántos eventos tuvo el mes anterior? 

0 50

6. ¿A cuántos eventos asistió el mes anterior? 

0 50

7. ¿Eres miembro del grupo Agenda Cultural Cuenca? 

- ☐ Si
☐ No



Proyecto de titulación previo a la
obtención del título de Diseñador Gráfico

Universidad de Cuenca

Facultad de Artes _ Escuela de Diseño

Autor:

Bryam R. García N.

Director:

Mst. Ernesto Santos

Tutores:

Ismael Carpió

Diego Larriva

Cuenca - Ecuador

2017

